



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

Andréa Regina de Jesus Barros
andrearjbarros@hotmail.com

**Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região
Metropolitana de Belém sob a ótica do Plano de Negócios**

**Belém-Pará
Junho-2005**

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

Andréa Regina de Jesus Barros
andrearjbarros@hotmail.com

**Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região
Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócios**

Trabalho da disciplina Administração Financeira,
Apresentado para a obtenção da aprovação da disciplina.

Avaliado em: ____/____/____ Conceito: _____

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira.

**Belém – Pará
Junho – 2005**

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois sem a graça dele jamais poderia está hoje no lugar onde estou, em segundo lugar a minha família por toda a força que me é transmitida principalmente nos momentos de fraqueza, e a todas as pessoas que de forma direta ou indireta me ajudaram para que pudesse concluir esse estudo.

SUMÁRIO

RESUMO	5
1.1 – TÍTULO DO ESTUDO	6
1.2 – OBJETIVOS DO ESTUDO	6
1.2.1 – A Importância do Estudo.	6
1.2.2 – O que os discentes se propõem a alcançar em seu estudo.	6
1.2.3 – O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ ou científicas.	6
1.2.4 – Delimitação do Estudo.	7
1.2.5 - A Organização do Estudo.	7
1.3 - PÚBLICO ALVO	7
1.4 – JUSTIFICATIVA	8
1.5 – METODOLOGIA DO ESTUDO	8
INTRODUÇÃO	9
PLANO DE INVESTIMENTO	11
Avaliação de Mercado	12
Análise do Setor.	12
Diferenciais Competitivos	13
Estratégias de marketing	13
Plano Operacional	14
Funcionários Necessários	14
Análise Financeira do Negócio	14
Bibliografia	16
Anexos	17

RESUMO

Grande parte dos empreendedores que entram nessa grande aventura - iniciar o seu próprio negócio - não faz isso apenas pela sobrevivência ou circunstâncias. Eles são movidos pela necessidade de realizarem seus sonhos. Se tentássemos definir seus sonhos, poderíamos mesclar o desejo da realização pessoal, do cumprimento de um papel social, de dar uma razão nobre à existência, de obter sucesso na vida e, finalmente, da satisfação de prover a família - eventualmente a dos funcionários e fornecedores, com o seu empreendimento.

Refletir sobre isso nos confere uma nova responsabilidade, trazida pela consciência de que aconselhando e orientando os atuais e os futuros empresários nas mais diversas áreas do conhecimento empresarial, estamos interferindo diretamente na qualidade de vida e no destino das pessoas.

O objetivo do estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na região metropolitana de Belém sob a ótica do Plano de Negócios é buscar o desenvolvimento dos empreendimentos com aplicações de soluções de curto, médio e longo prazos. Além disso, identifica e analisa as causas dos problemas, e cria e aplica soluções específicas para cada necessidade - de gestão empresarial ou não.

O Estudo da Atividade Empresarial de Vídeo locadora surgiu da necessidade de buscar constantemente a profissionalização do setor no mercado de *homevideo* paraense, especialmente na RMB - Região Metropolitana de Belém, área de atuação do estudo.

1.1 – TÍTULO DO ESTUDO

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócios, cujo empreendimento estudado será uma Vídeo Locadora de Filmes, Games e CD's de música.

1.2 – OBJETIVOS DO ESTUDO

1.2.1 – A Importância do Estudo.

A elaboração de um Plano de Negócio tem objetivo concreto, que permite ao empreendedor ter uma visão de todas as variáveis que possam afetar a oportunidade, fornecendo-lhe a informação necessária para determinar com bastante certeza a viabilidade do projeto. Uma vez em andamento, o Plano de Negócio servirá como ferramenta interna para avaliar o andamento da empresa e os seus desvios sobre o cenário previsto.

1.2.2 – O que os discentes se propõem a alcançar em seu estudo.

Procura através do estudo identificar se o empreendimento que será feito ou reavaliado será rentável para o empreendedor diminuindo assim os riscos de um capital ser mal aplicado.

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

O objetivo básico implícito nas decisões de administração financeira é a maior rentabilidade possível, sobre o investimento efetuado por indivíduos ou instituições caracterizados como proprietários acionistas ordinários, no caso de uma sociedade anônima.

No caso da empresa já existir será feita uma ressalva, a rentabilidade máxima, desde que não seja comprometida a liquidez da empresa. E através do resultado demonstrar ao empreendedor a importância de um Plano de Negócio.

1.2.4 – Delimitação do Estudo.

No Brasil, o crescimento e a permanência no mercado de muitos empreendimentos, estão baseados em um início penoso das atividades empresariais, pois com escassos ou mesmo nenhum recurso financeiro, e com a concorrência, muitos negócios são banidos, ou seja, é excluído do mercado e o empreendedor ver o seu sonho desaparecer, é nesse momento que percebemos a importância do plano de negócio que ao empreendedor não tomar decisões desastrosas e o permite a ter o seu espaço no universo empresarial.

1.2.5 - A Organização do Estudo.

- a) Capa;
- b) Folha de Rosto;
- c) Termo de Aprovação;
- d) Agradecimentos;
- e) Resumo
- f) Sumário
- g) Conteúdo textual: Introdução; Planejamento e Procedimentos Metodológicos do Estudo; Fundamentação Teórica; Considerações Finais.
- h) Anexos

1.3 - PÚBLICO ALVO

Aos empreendedores e a todas as pessoas que estão pensando em um futuro próximo ser um empreendedor e que pretendem obter êxito com seus negócios.

1.4 – JUSTIFICATIVA

O objetivo de realizar este estudo se da pela má administração dos negócios e pela falta de planejamento da mesma, com isso a permanência das empresas se torna cada vez, mas curta no mercado.

Isto acontece devido à falta de um estudo de um Plano de Negócio o qual é um instrumento que identifica, descreve e analisa uma oportunidade de negócio, examina a viabilidade técnica, econômica e financeira da mesma, e desenvolve todos os procedimentos e estratégias necessárias para converter a oportunidade de negócio num projeto empresarial concreto.

1.5 – METODOLOGIA DO ESTUDO

O estudo esta sendo realizada através de pesquisas bibliográficas, internet e com exemplo de vários Planos de Negócio ilustrado pelo professor orientador Héber Moreira.

INTRODUÇÃO

A atividade empresarial vídeo locadora foi estudada em Belém, capital do Pará, atualmente com 1.386.482 habitantes (População estimada para o ano de 2004 – fonte IBGE). Os bairros enfocados foram Nazaré, Guamá, Jurunas, Batista Campos, Umarizal e Cidade Velha, proporcionando uma riqueza de informações ao estudo devido à diversidade das características dos bairros e das suas localidades, refletida nas pessoas que moram nesses locais e as características típicas de cada um deles, além da vídeo locadoras existentes nesses bairros. Apesar de se tratar da mesma atividade, claramente podem ser percebidas as várias formas dos empresários lidarem com o *métier* do negócio. O ramo de vídeo locadora tem demonstrado um mercado bastante promissor, principalmente devido às grandes oportunidades oferecidas pela indústria do entretenimento no mundo, porém bastante desafiador em função da intensa dinâmica deste mercado movido por constantes mudanças e evoluções, exigindo um profissional empreendedor e bem preparado para gerir a atividade.

Identificamos no mercado de vídeo locadora em Belém alguns tipos diferenciados da atividade, tais como:

- vídeo locadoras tradicionais, normalmente localizadas em pontos independentes;
- franquias e/ou grandes redes — por exemplo, Blockbuster e Fox Vídeo;
- vídeo locadoras de conveniência, as quais reúnem mais de um tipo de atividade — por exemplo papelaria, loja de conveniência, cafeteria, LAN Houses etc.

Ao longo do estudo, foi identificada uma grande variedade de produtos e serviços que podem ser oferecidos por uma vídeo locadora, além da locação de filmes. “A idéia é oferecer um lugar onde a escolha esteja disponível e que transforme uma permanência sem graça em casa numa coisa especial”. Poucos empresários da região estudada estão explorando, parcialmente, o potencial que a atividade pode proporcionar na cadeia do entretenimento. Os produtos e serviços identificados são:

- *Games* ou jogos eletrônicos Utilizados para jogar no computador (PC) ou em videogames (consoles da Nintendo, Sony, Microsoft etc). Muitos produtores inspiram-se em videogames, histórias em quadrinhos, *best sellers*, ao criarem seus filmes (e vice-versa);
- Brinquedos Assim como os *games*, são lançados também no mercado bonecos dos personagens dos filmes, jogos, o que atrai bastante o público infantil;
- Peças colecionáveis Para os fãs dos filmes (cinéfilos), peças e objetos com imagens de personagens dos filmes em miniaturas, além de moedas e selos comemorativos, atraindo tanto o público jovem quanto o adulto;
- *Cards* Cartas para jogar e colecionar, com imagens de personagens dos filmes, mais utilizadas pelo público infanto-juvenil;
- Revistas e livros especializados Para uma boa parte dos filmes é encontrado o livro que lhe deu origem (e vice-versa), bem como edições especiais de revistas, guias de filmes, álbuns de figurinhas etc;
- RPG (Role Playing Game) Livros-jogos em que os participantes criam personagens e o desfecho da história, baseados em um livro-mestre;
- Roupas e acessórios, Material escolar (canetas, cadernos, borrachas, etc), adesivos, cartazes, bolsas, sapatos e bonés com os personagens dos filmes;
- Roupas Camisetas, blusas, fantasias etc;
- Música Trilha sonora dos filmes (CDs);
- DVD Vendor Machine Durante a “DVD Trade Show 2003” foi lançada a primeira máquina de auto-atendimento para a venda de DVDs, a qual pode ser colocada dentro das vídeo locadoras;
- Lanches Pipocas, refrigerantes, bombons e chocolates são uma boa companhia para assistir a um bom filme;
- Serviços Sala de exibição (*home theater*) à disposição dos clientes que querem assistir a um DVD, mas que não possuem o aparelho em casa ou porque querem reunir sua turma; e exposições temáticas (por exemplo, uma exposição sobre a história do cinema);
- LAN (Local Area Network) Houses Casas de *games* de computador, conectados em rede e jogados *on-line*, envolvendo vários jogadores simultaneamente. Neste caso, algumas vídeo locadoras instalaram, em uma parte das suas áreas, uma LAN House;

- Revenda de filmes novos e usados Algumas vídeo locadoras já agregaram à sua atividade a venda de filmes DVD e VHS (novos e usados), como forma de incrementar suas vendas.

PLANO DE INVESTIMENTO

A escolha por uma locadora de vídeo não foi feita por acaso, hoje de acordo com especialistas profissionais do mercado de vídeo, bem como empresários do setor, foram identificadas as seguintes tendências:

- Valorização do entretenimento em casa O hábito de reunir a família e os amigos em casa para assistir a um filme vem se fortalecendo devido a vários fatores, que vão dos atrativos que a tecnologia do DVD trouxe ao segmento - como a qualidade do som e da imagem, até a questão do aumento da violência urbana;
- Presença das vídeo locadoras na Internet, serviço com grande potencial de crescimento devido à disseminação desta ferramenta como meio de comunicação no país;
- Atuação das vídeo locadoras em rede Objetivando um ganho de competitividade no mercado, especialmente frente às grandes redes do ramo - Esta tem sido uma das principais formas encontradas pelas empresas do setor em busca de benefícios e vantagens da atuação em rede. Elas podem estar organizadas através de associações e cooperativas, desfrutando de vantagens como troca de experiências, realização de pesquisas de mercado, eventos com custos reduzidos, negociações em conjunto, bem como pleiteando benefícios com o Estado - legislações, apoio etc. Vale destacar que numa associação ou cooperativa, as individualidades das empresas são e devem ser preservadas, havendo uma potencialização das ações conjuntas de mercado;
- Diversificação do *mix* de produtos e serviços oferecidos pelas vídeo locadoras Alinhada com o conceito de entretenimento, reunir várias opções num mesmo lugar tem sido uma estratégia adotada por empresas do setor para fidelizar seus clientes, aumentando o seu tempo de permanência na loja e, assim, suas vendas. A busca

do empresário em agregar novos serviços e produtos à sua atividade é também uma questão de sustentação do negócio no mercado, ou seja, representa um ganho de competitividade. Outros serviços oferecidos além da locação de filmes são lanchonete, papelaria, sorveteria, venda de revistas e cartazes de filmes, cafeteria, games etc.

- Consolidação do DVD no mercado Os atrativos que o DVD agrega com os extras (bastidores, cenas cortadas, entrevistas com o diretor do filme etc), bem como a qualidade da imagem e do som, são algumas das características oferecidas por esta nova tecnologia, o que vem fortalecer o DVD no mercado. As vendas dos aparelhos de DVD e dos próprios DVDs já representam mais de 70% do mercado (eletroeletrônico e de *homevideo*, consecutivamente).

De acordo com as tendências de mercado e as projeções elaboradas após pesquisa de campo, as principais mercadorias básicas a serem oferecidas aos consumidores em geral, pela locadora são:

- DVD Filme-lançamento (59,60% do acervo de filmes)
- DVD filme-catálogo (40,4% do acervo de filmes)
- CD de Música (estilos variados)
- CD de Game Play Station

Avaliação de Mercado

Análise do Setor.

O mercado vídeo locadoras encontra-se bastante desenvolvido nas grandes cidades, onde as lojas do ramo possuem um público consumidor bastante diversificado.

De acordo com o estudo realizado, identificou-se o perfil das empresas do setor:

- 80% das vídeo locadoras trabalham com VHS e DVD;
- 20% delas trabalham apenas com DVD; nosso caso.
- O investimento médio total realizado na implantação do negócio é de R\$ 80.000,00;
- 70% do investimento total foram utilizados na compra de acervo (DVD e CD de música e Game);

- o acervo médio de filmes inclui 2730 DVDs e 847 VHS;
- o volume médio de fitas (VHS e DVD) locadas mensalmente totaliza 2.738 filmes;
- 61% das locações realizadas por mês são de DVD;
- 60% das locações realizadas por mês são de filmes considerados lançamentos;
- a área média total de uma vídeo locadora é de 84m²;
- 75% da área total estão voltados para o espaço de vendas (circulação de clientes);

Diferenciais Competitivos

Estratégias de marketing

A localização da loja é um ponto de grande relevância no planejamento do negócio; conforme citado anteriormente fora realizado pesquisa em vários bairros da cidade e o bairro que apresentou uma maior diversidade de público, com o perfil de clientes que frequenta vídeo locadoras com certa frequência, com uma distância considerável por metro quadrado de uma vídeo locadora para outra, com acesso fácil de carros e ônibus além de ser um bairro considerado residencial foi o bairro de Batista Campos.

As estratégias usadas para atingir o máximo de clientes possíveis nas primeiras semanas de funcionamento são:

- Amplo estacionamento com facilidade de acesso e com segurança armada para dar maior tranquilidade aos clientes.
- Área interna climatizada e bem dividida, com espaço reservado para filmes infantis, com mesas e cadeiras para crianças; área privada para filmes adultos; filmes distribuídos não apenas por categorias, mas também por ganhadores de Oscar, por Ator e Atriz principal, os mais locados do mês...
- Cadastro dos primeiros 500 clientes grátis.
- Locações por internet, para os clientes que não podem ou não querem passar na locadora, com serviço de entrega grátis.
- Acesso para deficientes físicos, com vaga reservada no estacionamento e rampas de acesso na loja.
- Serviço de panfletagem nos arredores e sinais de trânsito próximos.

Plano Operacional

Funcionários Necessários

A locadora terá um quadro de funcionários da seguinte forma:

- 3 funcionários
- 2 seguranças armados (terceirizados)

Análise Financeira do Negócio

O investimento inicial será de R\$ 84.876,00. As despesas pré operacionais com legalização e honorários dos contador e advogado serão de R\$1.196,00, e as despesas e custos fixos mensais são de R\$3168,00.

Após análise percebemos que ramo de vídeo locadora é um empreendimento rentável. Em cada locação de DVD lançamento no valor de R\$4,00a empresa obtém R\$ 2,64 de lucro, DVD's catálogos que são locados pelo valor de R\$3,50 o lucro é de R\$2,14, nos CD de Música e Game locados pelo valor de R\$3,50 o lucro é de R\$0,33. como o próprio payback calculado(tempo de retorno do capital investido) mostra, o resultado do mesmo para o primeiro ano é de quase 8 oito meses, porem é preciso que se realize o número de locações programadas/mês que é de 1280 para DVD lançamento, 1040 para catálogos, 1000 para CD de música e 1000 locações de CD de game. O VPL também reflete a mesma realidade, quando aponta que valor presente líquido do empreendimento é considerável sendo igual a R\$440.917,10.

A taxa de retorno reflete o que acaba de ser dito pois apresenta um crescimento de em média de 187% ao ano, isso dentro da projeção calculada para os cinco primeiros anos do empreendimento.

Portanto para os empreendedores que buscam abrir um negócio que encontra-se expansão no mercado, e possui uma boas possibilidade de diversificação do negócio favorecendo a expansão para outras áreas do mercado de serviços, como por exemplo o mercado de LAN HOUSE.

Por apresentar atualmente um reduzido risco de investimento uma vídeo locadora pode ser um bom negócio, para os empreendedores que buscam atuar na prestação de serviços

As dificuldades a serem enfrentadas são todas as peculiaridades do setor, que exige a presença ativa de seus proprietários à frente do negócio, além de estar sempre disponível para atender bem o cliente, com horário diferenciado dos demais setores da economia como, por exemplo, trabalhar nos finais de semana, funcionar em período integral.

Mas com a possibilidade de ter o retorno de seu investimento garantido curto período de tempo e com uma grande chance de se consolidar no mercado em 5 anos conforme apresentado, desde que programe, desenvolva e trabalhe seu empreendimento sob a ótica do plano de negócios.

Bibliografia

CUSTOS

Princípios, Cálculos e Contabilização

Florentino, Américo 8ª ed.

TCC

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócios

Antônia Dias

Sites:

www.ibge.gov.br

www.peritocontador.com.br

Anexos

PLANO DE INVESTIMENTOS

INVESTIMENTO INICIAL = 84.876,00

DESPESAS PRÉ OPERACIONAIS	1.096,00
LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA	496,00
HONORÁRIOS CONTADOR	300,00
HONORÁRIOS ADVOGADO	300,00

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	R\$ UNIT	R\$ TOTAL
DVD LANÇAMENTO	375	100,00	37.500,00
DVD CATÁLOGO	255	40,00	10.200,00
CD MUSICA VARIADO	300	12,00	3.600,00
CD GAME PLAYSTATION	229	60,00	13.740,00
COMPUTADOR	1	1.800,00	1.800,00
IMPRESSORA	1	250,00	250,00
TELEVISÃO	2	480,00	960,00
DVD	1	290,00	290,00
VÍDEO CASSETE	1	400,00	400,00
APARELHO DE SOM	1	1.200,00	1.200,00
ESTANTES DE AÇO	12	720,00	8.640,00
AP. AR CONDICIONADO	2	650,00	1.300,00
BACÃO	1	1.500,00	1.500,00
MAQUINA REGISTRADORA	1	900,00	900,00
LETREIRO	1	1.500,00	1.500,00
INVESTIMENTO INICIAL			83.780,00

DESPESAS	315,00
AGUA	35,00
MATERIAL DE LIMPEZA	30,00
MANUTENÇÃO MÍDIAS	100,00
MARKETING	150,00

CUSTOS FIXOS	759,00
ENERGIA ELÉTRICA	90,00
TELEFONE	80,00
ALUGUEL	500,00
CONEXÃO INTERNET	89,00

CUSTOS VARIÁVEIS	2.094,00		
SALARIOS	3	300,00	900,00
ENCARGOS SOCIAIS E TRAB			144,00
SEGURANÇA	2	450,00	900,00
MATERIAL EXPEDIENTE			150,00

BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA

ATIVO		PASSIVO	
Circulante	-	Circulante	
<i>Disponível</i>	-		
Caixa	-		
Permanente	85.220,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	85.220,00
<i>Ativo Imobilizado</i>	78.680,00	Capital	85.220,00
Móveis e Utensílios	11.640,00		
Computadores e Periféricos	2.050,00		
Máquinas e Equipamentos	5.050,00		
Acervo(VH'S,DVD,CD'S e Games)	66.480,00		
<i>Ativo Diferido</i>	1.096,00		
Despesas Pré-Operacionais	1.096,00		
TOTAL DO ATIVO	85.220,00	TOTAL DO PASSIVO	85.220,00

Compra a prazo: 6 meses, primeira parcela em 30 dias	
Computadores e Periféricos	2.050,00
Total	2.050,00
Parcela	300,00

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

	ANO1
Receita Bruta Serviços	15.766,63
(-) Deduções	(2.516,33)
Encargos Sociais e Trab	(1.728,00)
ISS	(788,33)
Receita Operacional Líquida	13.250,30
Custos Operacionais	
(-) Custos do Período	(6.282,00)
Custo Direto dos Serviços	
Lucro Operacional Bruto	6.968,30
Despesas Operacionais	
(-) Despesas	(3.780,00)
Lucro Operacional	3.188,30
(+/-) Rec./Desp. não Operacionais	
Lucro antes do Imposto de Renda	3.188,30
(-) Imposto de Renda	(95,65)
Lucro Líquido	3.092,65

FOLHA DO PRODUTO**MATERIAL NECESSÁRIO PARA PRESTAR O SERVIÇO:
LOCAÇÃO DE FILMES EM DVD LANÇAMENTO**

Despesas	VALOR UNIT
	0,14
AGUA	0,02
MATERIAL DE LIMPEZA	0,01
MANUTENÇÃO MÍDIAS	0,04
MARKETING	0,06

Custos Fixos	VALOR UNIT
	0,33
ENERGIA ELÉTRICA	0,04
TELEFONE	0,03
ALUGUEL	0,22
CONEXÃO INTERNET	0,04

Custos Variáveis	VALOR UNIT
	0,90
SALARIOS	0,39
ENCARGOS SOCIAIS E TRAB	0,06
SEGURANÇA	0,39
MATERIAL EXPEDIENTE	0,06

CUSTOS TOTAIS 1,23

Folha do Produto 1,37

FOLHA DO PRODUTO**MATERIAL NECESSÁRIO PARA PRESTAR O SERVIÇO:
LOCAÇÃO DE FILMES EM DVD CATÁLAGO**

Despesas	VALOR UNIT
	0,14
AGUA	0,02
MATERIAL DE LIMPEZA	0,01
MANUTENÇÃO MÍDIAS	0,04
MARKETING	0,06

Custos Fixos	VALOR UNIT
	0,33
ENERGIA ELÉTRICA	0,04
TELEFONE	0,03
ALUGUEL	0,22
CONEXÃO INTERNET	0,04

Custos Variáveis	VALOR UNIT
	0,90
SALARIOS	0,39
ENCARGOS SOCIAIS E TRAB	0,06
SEGURANÇA	0,39
MATERIAL EXPEDIENTE	0,06

CUSTOS TOTAIS 1,23

Folha do Produto 1,37

FOLHA DO PRODUTO**MATERIAL NECESSÁRIO PARA PRESTAR O SERVIÇO:
LOCAÇÃO DE CD DE MUSICA**

Despesas	VALOR UNIT
	0,32
AGUA	0,04
MATERIAL DE LIMPEZA	0,03
MANUTENÇÃO MÍDIAS	0,10
MARKETING	0,15

Custos Fixos	VALOR UNIT
	0,76
ENERGIA ELÉTRICA	0,09
TELEFONE	0,08
ALUGUEL	0,50
CONEXÃO INTERNET	0,09

Custos Variáveis	VALOR UNIT
	2,09
SALARIOS	0,90
ENCARGOS SOCIAIS E TRAB	0,14
SEGURANÇA	0,90
MATERIAL EXPEDIENTE	0,15

CUSTOS TOTAIS 2,85

Folha do Produto 3,17

FOLHA DO PRODUTO**MATERIAL NECESSÁRIO PARA PRESTAR O SERVIÇO:
LOCAÇÃO DE CDS DE GAME**

Despesas	VALOR UNIT
	0,32
AGUA	0,04
MATERIAL DE LIMPEZA	0,03
MANUTENÇÃO MÍDIAS	0,10
MARKETING	0,15

Custos Fixos	VALOR UNIT
	0,76
ENERGIA ELÉTRICA	0,09
TELEFONE	0,08
ALUGUEL	0,50
CONEXÃO INTERNET	0,09

Custos Variáveis	VALOR UNIT
	2,09
SALARIOS	0,90
ENCARGOS SOCIAIS E TRAB	0,14
SEGURANÇA	0,90
MATERIAL EXPEDIENTE	0,15

CUSTOS TOTAIS 2,85

Folha do Produto 3,17

PRODUTO 1		DVD LANÇAMENTO
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	4,00	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	1,23	30,71
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	2,77	69,29
(-)DESPESAS GERAIS	0,14	3,39
LUCRO	2,64	65,90

PRODUTO 2		DVD CATÁLAGO
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	3,50	87,44
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	1,23	30,71
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	2,27	56,73
(-)DESPESAS GERAIS	0,14	3,39
LUCRO	2,14	53,34

PRODUTO 3		CD MÚSICA
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	3,50	87,40
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	2,85	71,25
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	0,65	16,15
(-)DESPESAS GERAIS	0,32	7,87
LUCRO	0,33	8,29

PRODUTO 4		CD GAME
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	3,50	87,40
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	2,85	71,25
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	0,65	16,15
(-)DESPESAS GERAIS	0,32	7,87
LUCRO	0,33	8,29

		CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO	
		PRODUTO:	DVD LANÇAMENTO
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid			4,00
Despesas/Unid			0,14
Custos Fixos/variáveis/Mês			1,23
Margem de Contribuição Unitária			3,87
Ponto de Equilíbrio/Unid		0,35	
Ponto de Equilíbrio em und	<u>1,37</u>	=	0,35
	3,87		
Ponto de Equilíbrio em R\$	1,41		

		CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO	
		PRODUTO:	DVD CATÁLAGO
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid			3,50
Despesas/Unid			0,14
Custos Fixos/variáveis/Mês			1,23
Margem de Contribuição Unitária			3,37
Ponto de Equilíbrio/Unid		0,41	
Ponto de Equilíbrio em und	<u>1,37</u>	=	0,41
	3,37		
Ponto de Equilíbrio em R\$	1,42		

		CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO	
		PRODUTO:	CD MÚSICA
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid			3,50
Despesas/Unid			0,32
Custos Fixos/variáveis/Mês			2,85
Margem de Contribuição Unitária			3,18
Ponto de Equilíbrio/Unid		3,17	
Ponto de Equilíbrio em und	<u>3,17</u>	=	0,99
	3,18		
Ponto de Equilíbrio em R\$	3,48		

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO PRODUTO: CD GAME			
Ponto de Equilíbrio =	$\frac{\text{Custos + Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$		
Preço de Venda/Unid			3,50
Despesas/Unid			0,32
Custos Fixos/variáveis/Mês			2,85
Margem de Contribuição Unitária			3,18
Ponto de Equilíbrio/Unid		3,17	
Ponto de Equilíbrio em und	3,17	=	0,99
	3,18		
Ponto de Equilíbrio em R\$	3,48		

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 12 MESES

Projeção de Venda de Serviço =		DVD LANÇAMENTO											
Serviço/Unid		1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Preço de Venda	4,00	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280	1.280

PROJEÇÃO DE VENDA DE SERVIÇO =		DVD CATÁLOGO											
Serviço/Unid		1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Preço de Venda	3,50	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040

PROJEÇÃO DE VENDA DE SERVIÇO =		CD MÚSICA											
Serviço/Unid		1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Preço de Venda	3,50	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

PROJEÇÃO DE VENDA DE SERVIÇO =		CD GAME											
Serviço/Unid		1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Preço de Venda	3,50	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Caixa Inicial	-	11.810,30	24.723,93	37.637,57	50.551,20	63.464,83	76.378,46	89.292,10	102.205,73	115.119,36	128.032,99	140.946,63
RECEBIMENTOS												
Faturamento	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63	15.766,63
Receitas à vista												
PAGAMENTOS												
Custos Variáveis	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00	2.094,00
Salários	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Encargos Sociais e Trab	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
segurança	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
material expediente	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Custos Fixos	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00	759,00
Energia Elétrica	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Telefone	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Aluguel	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Conexão Internet	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00
Custo Total	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00	2.853,00
Despesas	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33	1.103,33
Água	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Material de limpeza	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Impostos Variáveis	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33	788,33
Marketing	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Manutenção das mídias	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
CUSTOS/Despesas Totais	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33	3.956,33
SALDO DE CAIXA	11.810,30	24.723,93	37.637,57	50.551,20	63.464,83	76.378,46	89.292,10	102.205,73	115.119,36	128.032,99	140.946,63	153.860,26

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 anos
IGPM / 2004 12,42%

Crescimento de 20% ao ano 20%

Crescimento de 20% ao ano 20%

Crescimento de 20% ao ano 20%

Crescimento de 20% ao ano 20%

ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
189.199,59	227.039,51	272.447,41	326.936,89	392.324,27
25.128,00	28.248,90	31.757,41	35.701,68	40.135,83
9.108,00	10.239,21	11.510,92	12.940,58	14.547,80
34.236,00	38.488,11	43.268,33	48.642,26	54.683,63
13.239,98	14.884,39	16.733,03	18.811,27	21.147,63
47.475,98	53.372,50	60.001,36	67.453,53	75.831,26
141.723,61	173.667,01	212.446,05	259.483,37	316.493,02