



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

**BENEFÍCIOS DE UM PLANO DE NEGÓCIOS PARA CRIAÇÃO DE UM
CYBER CAFÉ NO CONJUNTO CIDADE NOVA 4**

CARLOS EDUARDO MARÇAL DA SILVA
marcalufpa@click21.com.br
0001004001

BELÉM-PARÁ
1º SEMESTRE 2005

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

**BENEFÍCIOS UM PLANO DE NEGÓCIOS PARA CRIAÇÃO DE UM
CYBER CAFÉ.**

Trabalho de Conclusão da disciplina
Administração Financeira do Curso de
Bacharelado em Ciências Contábeis.

Aluno: Carlos Eduardo Marçal da Silva
marcalufpa@click21.com.br

Orientador da Disciplina: Professor Heber Lavor Moreira

**BELÉM-PARÁ
1º SEMESTRE 2005**

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por tudo na minha vida, em destaque pela saúde e disposição, e a meus familiares e amigos, que sempre apoiaram na minha carreira acadêmica e profissional. Registro meus agradecimentos em especial à amiga Márcia Araújo pelo incentivo ao estudo na disciplina de Administração Financeira.

RESUMO

O presente trabalho concentra-se em demonstrar a importância do planejamento, para o sucesso de um negócio, em especial sob a prática do plano de negócios. Os números retratam atualmente uma realidade extremamente negativa com relação à falência de empresas no Brasil, pois a maioria dos empreendedores, não deposita a importância que o assunto merece.

Enfatizando nesse sentido que o trabalho vem como um instrumento auxiliador para os que pretendem estudar a viabilidade ou mesmo implementar um negocio na área de Cyber Café.

Para aplicar a metodologia de Plano de Negócios, foi desenvolvido o estudo da viabilidade econômico-financeira de um Cyber café no Conjunto da Cidade Nova 4, município de Ananindeua, demonstrando através das projeções financeiras, o investimento necessário para sua implementação, bem como os principais custos para o desenvolvimento do negócio.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	6
CAPÍTULO I	7
1 - TÍTULO DO ESTUDO.....	7
2 - OBJETIVOS DO ESTUDO.....	7
2.1- <i>A importância do Estudo</i>	7
2.2 - O QUE OS DISCENTES SE PROPÕEM A ALCANÇAR EM SEU ESTUDO.....	8
2.3 - O QUE O ESTUDO DEVERÁ ALCANÇAR EM TERMOS DE CONTRIBUIÇÃO TÉCNICAS E/OU CIENTÍFICAS.....	8
2.4 - DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	8
2.5 - A ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO.....	8
3 - PÚBLICO ALVO.....	9
4 - JUSTIFICATIVA.....	9
5 - METODOLOGIA DO ESTUDO.....	9
6 - BIBLIOGRAFIA.....	10
CAPÍTULO II	11
CAPÍTULO II	11
1. PLANEJAMENTO.....	11
2. POR QUE PRATICAR O PLANEJAMENTO?.....	11
3. O PLANO DE NEGÓCIOS.....	12
4. O PLANO FINANCEIRO (QUANTO?).....	12
CAPÍTULO III	13
APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS	13
1. CAPA.....	13
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	14
3. DESCRIÇÃO HOLÍSTICA DO NEGÓCIO.....	15
3.1. <i>Descrição do Negócio</i>	15
3.2 <i>O Setor Possui Sazonalidade no Consumo?</i>	16
3.3 <i>Descrição Geral dos Serviços</i>	16
4. MERCADO.....	17
4.1 <i>Público Alvo</i>	17
4.2 <i>Concorrentes</i>	18
4.3 <i>Fornecedores</i>	19
4.4 <i>Plano de Marketing</i>	19
5. ESTRUTURA DA ORGANIZAÇÃO.....	20
6. PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	20
6.1. <i>Lista das Necessidades Primárias na Abertura do Negócio</i>	21
6.2. <i>Quadro Estrutural de Custo e Despesa</i>	21
6.3. <i>Folha do Produto</i>	22
6.4. <i>Determinação do Preço de Venda do Serviço</i>	22
6.5 <i>Margem de Contribuição</i>	23
6.6. <i>Ponto de Equilíbrio</i>	23
6.6. <i>Balanço Patrimonial Inicial do Cyber Café Mundo Virtual</i>	24
6.7. <i>Demonstração do Resultado do Exercício - DRE</i>	25
6.8. <i>Projeção de Fluxo de Caixa</i>	27
6.9. <i>Análise de Indicadores de Avaliação de Negócio</i>	27
BIBLIOGRAFIA	30
ANEXOS	31

INTRODUÇÃO

A sobrevivência das empresas está relacionada hoje em dia a capacidade de prever cenários adversos ou favoráveis, bem como, a ser flexível a efetivar mudanças rápidas de rumo para se adaptar a nova realidade.

O Planejamento e a elaboração de Planos de Negócios encontram-se como forma de reversão do quadro estatístico do SEBRAE, Serviço de apoio às Micro e Pequenas Empresas, que se constatou que de cada cem empresas abertas no país, trinta e cinco não chegam ao final do primeiro ano de vida; quarenta e seis não sobrevivem ao segundo ano; e cinquenta e seis desaparecem no terceiro ano de vida, pois estes procedimentos melhoram o controle dentro da empresas não somente no âmbito financeiro como no âmbito organizacional. As respostas para essas estatísticas alarmantes são: a falta de informação, planejamento e conhecimento específico sobre o negócio.

CAPÍTULO I

1 - TÍTULO DO ESTUDO

Benefícios de um Plano de Negócios para Criação de Um Cyber Café.

2 - OBJETIVOS DO ESTUDO.

2.1- A importância do Estudo

Em nosso país existe uma questão marcante no que tange o desenvolvimento do empreendedorismo à questão cultural. Pelo menos uma pessoa em cada família brasileira possui ou já possuiu um negócio, segundo pesquisas do IBGE.

Na maior parte das experiências de se criar um negócio existe uma alta taxa de mortalidade, em média de cada três empresas criadas, duas fecham as portas e 99% das falências são de empresas pequenas.

Uma das causas desse alto índice de mortalidade esta na falta de um planejamento. "Para quem vender? como vender? e, por quanto vender?", são alguns questionamentos que já se deveria saber antes de por em pratica a implementação de um negócio.

Por este motivo é crescente ns dias atuais o desenvolvimento dês técnicas de Plano de Negócio, instrumento essencial para se conhecer clientes, fornecedores, mercado concorrente, etc., diminuindo o risco de fracassos.

Propomos-nos através deste trabalho demonstrar, a importância do Planejamento através do Plano de Negócio para constatação de sua viabilidade econômica e usamos como exemplo prático à criação de um Cyber café no conjunto Cidade Nova , seguimento em grande expansão em nossa cidade devido à carência da população com relação às novas tecnologias.

2.2 - O que os discentes se propõem a alcançar em seu estudo.

Demonstrar a importância de se conhecer o negócio adotado através de um planejamento adequado e um estudo detalhado do mercado, que só poderá ser feitos por intermédio de um plano e negócios.

2.3 - O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuição técnicas e/ou científicas.

Provar aos empresários, de forma prática, que o empreendimento só poderá ser bem sucedido neste mercado competitivo com o auxílio de planos e estratégias de mercado.

2.4 - Delimitação do Estudo.

A pesquisa se caracteriza pelo projeto de implantação e estudo da viabilidade econômica de um Cyber Café situado no Bairro da Pedreira, mas precisamente na Av. Pedro Miranda, que busca atender um público-alvo específico.

O estudo será feito através da análise do plano de negócios elaborado especialmente para o empreendimento e de demais fontes.

2.5 - A Organização do Estudo.

1. Capa
2. Folha de Rosto
3. Agradecimentos
4. Resumo
5. Sumário
6. Conteúdo Textual:
 - 7.1. Introdução
 - 7.2. Desenvolvimento
 - 7.3. Considerações Finais

7. Anexos

8. Bibliografia

3 - PÚBLICO ALVO

Os discentes do curso de Ciências Contábeis e a todos os interessados em acrescentar conhecimento com relação às formas de planejamento de implantação de um negócio.

4 - JUSTIFICATIVA

Observando que alguns empresários não fazem o planejamento adequado de seus empreendimentos, por acharem desnecessários ou simplesmente por desconhecerem os métodos adotados para tal procedimento, procuramos demonstrar através de um exemplo prático a importância que este planejamento tem para o maior conhecimento do negócio. De forma a facilitar as decisões tomadas quanto ao rumo do negócio, minimizando assim, a chance de erros no seu andamento.

5 - METODOLOGIA DO ESTUDO

O estudo será realizado através de pesquisa bibliográfica e exemplo prático de elaboração de plano de negócios sob a orientação do professor, na disciplina Administração Financeira. As fontes bibliográficas serão de acervos pessoais dos autores e de diversas bibliotecas e de demais fontes, como jornais, revistas e Internet. A redação será própria, com citações diversas.

6 - BIBLIOGRAFIA

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. *Estudo da Viabilidade econômico-financeira de uma empresa na Região Metropolitana de Belém sob a Ótica do plano de negócios*. Belém-Pará. 2004.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa, uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: Como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. 5ª ed. Cultura Editores Associados; 1999.

Silva, Antônio Carlos Ribeiro da. *Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: Orientações de estudos, projetos, relatórios, monografias, dissertações, teses / Antônio Carlos Ribeiro da Silva*. – São Paulo: Atlas, 2003.

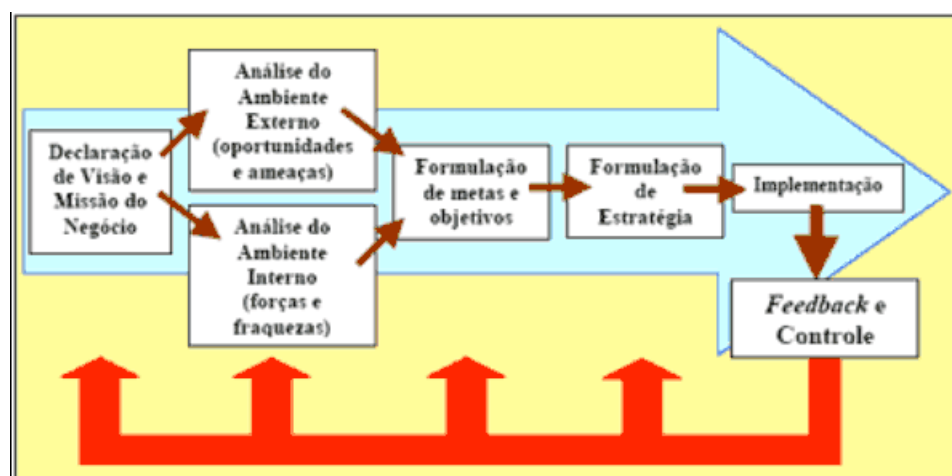
Ferrerira, Armando Leite. *Rota de Navegação: Desafio SEBRAE*. Rio de Janeiro: Expertbooks, 2003.

Gil, Antônio Carlos. *Como elaborar projeto de pesquisa*. São Paulo: Editora Atlas, 4ª ed.

CAPÍTULO II

1. PLANEJAMENTO

Planejamento segundo o Dicionário Aurélio, “é Ato ou efeito de planejar”; “Trabalho de preparação para qualquer empreendimento, segundo roteiro e métodos determinados”; “planificação”; “Processo que leva ao estabelecimento de um conjunto coordenado de ações (pelo governo, pela direção de uma empresa, etc.) visando à consecução de determinados objetivos”. Pelo exposto, a criação de um documento (operacionalizado) que determina, antecipadamente, quais são os objetivos a serem atingidos e como se deve fazer para alcançá-lo, denomina-se de Planejamento, o qual é estabelecido por níveis: o estratégico, o tático e o operacional. O primeiro é o mais amplo e abrange a organização como um todo, tendo característica de longo prazo (fig. Abaixo).



2. Por que praticar o planejamento?

A partir da visão e missão da empresa pode-se estabelecer ações que serão implementadas, analisadas e acompanhadas visando atingir os objetivos e metas estipulados. Para isso, elabora-se uma estratégia. O plano de negócios de uma empresa deve contemplar de forma objetiva essa formulação estratégica da empresa, e, além disso, ele é visto como

ferramenta de gestão podendo suprir os gestores da empresa com dados extremamente necessários para a tomada de decisão.

3. O plano de negócios

É um instrumento que tem por objetivo estruturar as principais concepções e alternativas para uma análise correta de viabilidade do negócio pretendido, possibilitando uma avaliação antes de colocar em prática a nova idéia, minimizando assim, as possibilidades de se desperdiçarem recursos e esforços em um negócio inviável. Também é utilizado para a solicitação de empréstimos e financiamento junto a instituições financeiras, bem como, para expansão de uma empresa.

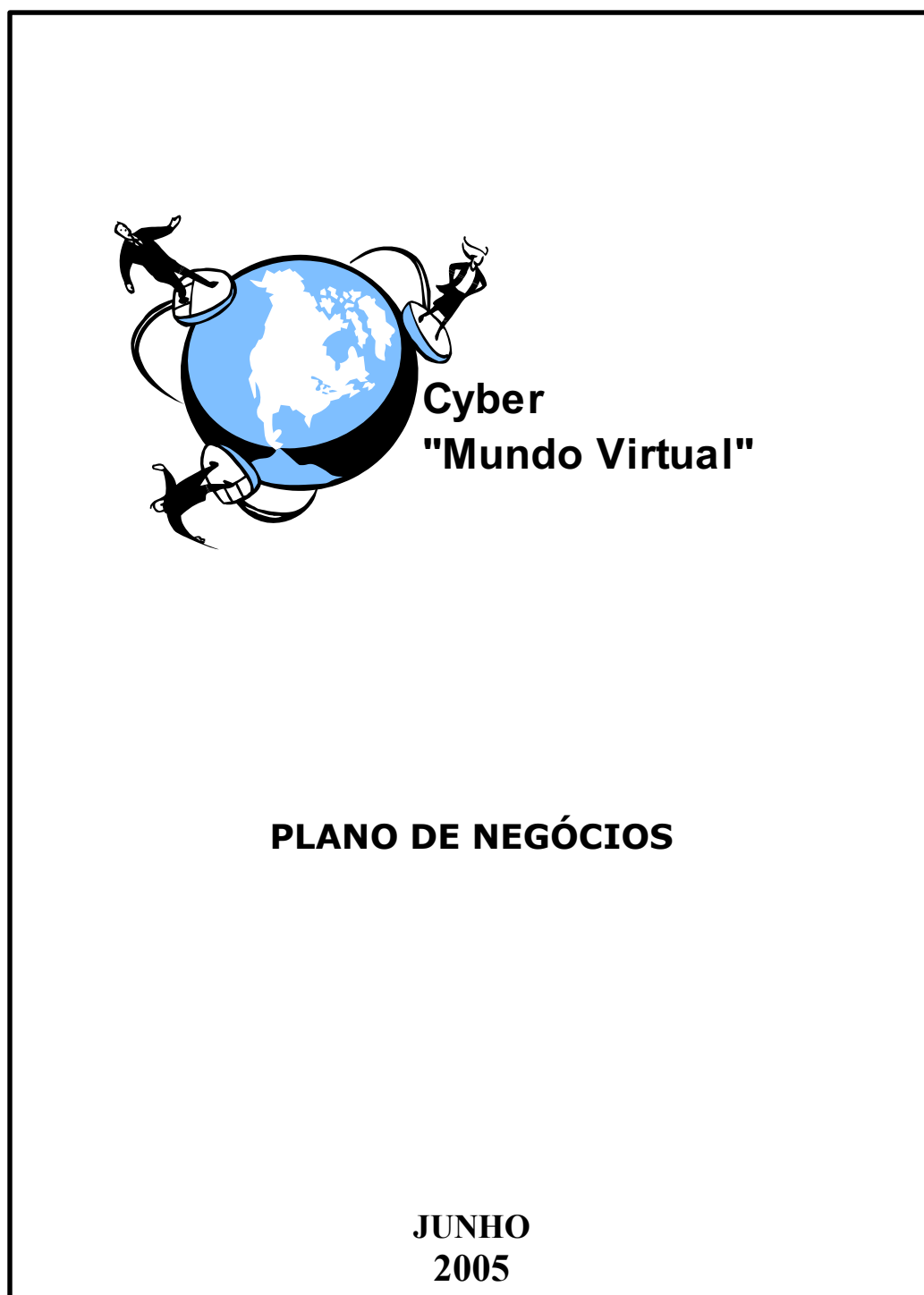
4. O plano financeiro (Quanto?).

É considerada a operação complexa do plano de negócios para vários empreendedores. O motivo desta situação está diretamente relacionado à análise em números dos investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análise de rentabilidade do negócio. É o plano do resultado financeiro projetado, discussão de hipóteses, os riscos e seus efeitos sobre o lucro, a projeção do movimento de tesouraria (fluxo de caixa), a sensibilidade dos movimentos de caixa, o balanço projetado, o ponto de equilíbrio, e o controle de custos.

CAPÍTULO III

APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS

1. Capa



2. Sumário Executivo

A Aplicação deste plano de negócios foi estruturada para servir como ferramenta de auxílio a empreendedores que tenham interesse em iniciar um negócio no ramo de Cyber de Café.

O Cyber Café denominado *Mundo Virtual*, está em fase inicial do processo de planejamento, e tem como pretensão principal oferecer serviços de informática a preço competitivo aos seus clientes, além de oferecer ao cliente a possibilidade de acesso a microcomputadores e programas de última geração, tendo uma política de preço praticada no mercado.

Inicialmente a estação mercadológica que este Cyber Café pretende alcançar, são os estudantes (principalmente os universitários) e também clientes que utilizarão os serviços de locação, para executarem serviços profissionais.

Uns dos principais diferenciais dos serviços oferecidos pelo Cyber Café *Mundo Virtual*, estarão evidenciados no atendimento de pessoas qualificadas, preparadas tecnicamente para operacionalização do serviço (atendimento, suporte, etc), infraestrutura adequada, com conforto e espaço para o cliente, além dos serviços opcionais, como venda de lanches.

Conforme as projeções de vendas por serviços, e a composição dos custos do empreendimento, os seus serviços proporcionarão não só a cobertura de todos os custos, assim como um retorno financeiro para a empresa que pode ser comprovado na projeção dos resultados, e na análise de investimento realizado no plano financeiro.

3. Descrição Holística do Negócio.

3.1. Descrição do Negócio

Os primeiros Cyber Cafés propriamente ditos surgiram no Brasil em meados de 1998, assegurando o “embalo” das *Lan House* trazidas por descendentes diretos de Coreanos. Nos últimos três anos este tipo de negócio vem crescendo na região metropolitana de Belém.

O Cyber Mundo Virtual terá sua localização na Av. Arterial 18, no Conjunto Cidade Nova 4, no município de Ananindeua – Pará. A escolha dessa localidade surgiu em virtude de aspectos como: Avenida principal do Conjunto Cidade Nova 4, onde o trânsito é freqüente de pedestres, motos, carros e ônibus; Localização favorável por estar próximo a empreendimentos de grande e médio porte, inclusive da feira da Cidade Nova 4, e de escolas de Ensino Médio e Fundamental; Instalações alugadas a preço abaixo do mercado oferecido.

O principal objetivo do Cyber Café Mundo Virtual é conquistar o mercado consumidor para seus produtos e serviços logo nos seus primeiros meses de funcionamento. Para tanto o Cyber café conta com algumas estratégias de seu Plano de Marketing, como, por exemplo, a divulgação de seus produtos e serviços em escolas próximas as suas instalações, bem como panfletagem e promoções por tempo de locação.

O crescimento da empresa será rigorosamente planejado, levando em conta a sua preparação para enfrentar desafios maiores. Pretende-se manter sempre uma situação financeira saudável, com controles precisos sobre o fluxo de caixa, cujo superávit será a base para alavancar o crescimento da empresa.

O Cyber café Mundo Virtual será constituído sob forma de Sociedade Limitada e. Os Cyber Cafés não possuem uma legislação específica para segui-la, por isso estão dispensados de obterem registros específicos ou autorização de funcionamento específicas, junto a entidades ou órgãos fiscalizadores de atividades regulamentadas, bastando os responsáveis pelo empreendimento, obterem as inscrições junto aos órgãos exigíveis

das sociedades empresariais em geral. Todavia empresas que exploram atividades de diversões eletrônicas, devem consultar a Divisão de Operações Especiais a fim de obter informações detalhadas sobre autorização específica para funcionamento, horários e condições especiais de permanência de menores no estabelecimento.

3.2 O Setor Possui Sazonalidade no Consumo?

A sazonalidade está ligada diretamente a variação da demanda dos produtos/serviços da empresa. Ao conhecer as oscilações que os serviços possam sofrer em determinadas épocas do ano, mês, ou até mesmo ao dia, deve-se analisar e pensar em alternativas para resolver o problema (Exemplo: inserção de novos produtos, promoção, etc.). E no caso de *Cyber Café Mundo Virtual*, o pico do consumo acontecerá aos finais de semana, mais especificamente aos sábados, haja vista que nos finais de semana a implantação de promoções, e atrativos serão constante para que possa suprir a média de oscilação negativa nos dias de semana.

3.3 Descrição Geral dos Serviços

- a) Locação de Computadores:** Serviço de locação por hora de consumo de um micro computador de última geração para cada cliente, que poderá usufruir seus programas além do acesso a rede mundial de computadores.

- b) Serviços de Digitação e Impressão:** Este serviço se reportará as responsabilidades operacionais de um funcionário especializado para estes fins. Os exemplos destes serviços são as digitações e impressões de trabalhos escolares, universitários, impressões de pesquisa feitas nos serviços de locação, dentre outros. São Serviços de caráter complementar oferecido aos clientes para sua maior comodidade. Preço será cobrado por pagina.

- c) Serviços de Digitalização:** Este serviço é o que chamamos no popular de “escaneamento”, de imagens, fotos, trabalhos e outros.

- d) Venda de Periféricos:** Este serviço tem um caráter especial, pois na maioria dos *Cyber's* ele não é oferecido. São vendas de periféricos e acessórios quase sempre necessários nos momentos em que se operacionaliza um PC, exemplos, Cartucho, Disquete, Papel, etc.

- e) Lanches:** Este serviço complementar a estadia momentânea de nossos clientes com qualidade, onde serão oferecidos lanches de primeira qualidade, além das guloseimas que adoramos. Serão comercializados produtos de gêneros alimentícios, como: Doces, salgados, sucos, refrigerante, etc. Proporcionando aos clientes com maior permanência no Cyber, um ambiente completo e confortável.

4. Mercado

4.1 Público Alvo

Mercado potencial é o público principal, ou seja, para quem se pretende produzir, vender, prestar serviços, etc. (região, sexo, costumes, estilo de vida, renda). Priorizando os mercados identificados. É nesse sentido que o público alvo d *Cyber Café Mundo Virtual*, são os Estudantes (principalmente os universitários) e clientes que utilizarão os serviços de locação para serviços profissionais. As características da população do conjunto cidade nova 4, é Jovem (entre homens e mulheres), a maioria ainda no ensino fundamental, e uma parcela significativa de universitários, a qual vem crescendo devido a implantação de Escolas particulares já

conhecidas na capital Belém. Este será o potencial maior das vendas de serviços de locação de computadores.

4.2 Concorrentes

As ameaças representam uma constante, e surgem de todas as esferas: do desinteresse do mercado consumidor pelo serviço à entrada de novos concorrentes com importantes diferenciais competitivos, dentre outros. Por isso, deve-se ter máxima cautela e atenção às mudanças, chamadas sinais de mercado, deve ser total e contínua, de modo a permitir que se interaja com previsibilidade e consistência.

Existem aproximadamente 10 empreendimentos de Cyber Café, em sua maioria na informalidade, aplicando preço de mercado, mas distribuídos nas avenidas principais do referido conjunto. Esta maioria, não possui grandes infraestruturas, atraem principalmente públicos adolescentes (os chamados públicos de "bate-papo") e trabalham com no máximo três empregados, mas aplicam um excelente marketing, propaganda e promoções, que no ditado popular se diz: "boca a boca". A concorrência minoritária e significativa, já usufrui clientes mais exigentes, que almejam tranquilidade no momento que estão usufruindo o serviço, que gostam de conforto e velocidade na conexão, obtendo assim um público mais adulto, aproximando ao lado da concorrência direta.

Para coagir a qualquer "ameaça" nesse sentido, faz-se necessário ficar atento às oportunidades, as quais encontradas pela identificação de tendências. Estas tendências merecem rigorosa atenção para se detectar uma nova oportunidade de serviço.

No geral, a análise da concorrência, foi feita através de visitas aos principais Cyber cafés, situados no conjunto da Cidade Nova 4, onde verificou-se a existência de pelo menos dez Cyber cafés, onde 70% não possuíam instalações adequadas para o seu devido funcionamento, além de maquinários quando não ultrapassados, necessitando de manutenção e sendo utilizados de forma improvisada. Estes 70% trabalham em sua

maioria apenas com serviço de locação, privando o cliente de outros serviços complementares, como venda de periféricos e lanches.

4.3 Fornecedores

Caracterizam-se em sua maioria por empresas ligadas a prestação de serviços de manutenção de micro computadores, lojas de venda de programas de informática e revendas de produtos ligados à área de informática, como disquete, mouse, teclado, etc, na maioria fornecedores de fora do Estado, que oferecem produtos com o preços mais acessíveis.

4.4 Plano de Marketing

O numero de Cyber cafés, vem crescendo significativamente na região metropolitana de Belém, no entanto, mais da metade dos Cybercafes em funcionamento não proporcionam o conforto e atratividade para conquistar seus clientes. Em sua maioria possuem máquinas defasadas e instalações impróprias para o devido funcionamento.

Por esse motivo o *Cyber Café Mundo Virtual*, lança-se no mercado com intuito de proporcionar aos seus clientes um expressivo e diversificado numero de serviços e produtos, além de um ambiente agradável e confortável, para conquistar o mercado consumidor a que se propõem. Acrescendo a isso os planos de promoções aos finais de semana e/ou feriados promoções estas por tempo de locação de nossos equipamentos, bem como, a adoção de meios de divulgação, a estratégia de panfletagem nas principais ruas e colégios da Cidade Nova.

O *Cyber Café Mundo Virtual*, trabalha com o que existe de mais moderno em equipamentos de informática para atender e satisfazer seus clientes. Sua infraestrutura conta com dez micro computadores equipados com programas de informática para os serviços de locação, separados cada um por divisórias e equipados com áudio, além de uma impressora e

um scanner para serviços de impressão e digitalização. No mesmo espaço nossos clientes poderão usufruir venda de produtos de informática e de uma moderna e bem estruturada lanchonete.

O preço adotado será o mesmo praticado no mercado como forma de conquistar os clientes, proporcionando um ambiente de qualidade por um preço acessível.

5. Estrutura da Organização

O quadro de funcionários será constituído por dois profissionais UM da área de informática pra auxiliar os clientes no que for necessário ao manuseio, práticas operacionais, dicas de pesquisas, etc, configurando assim o suporte e atendimento; e o outro que cuidará dos serviços gerais no empreendimento. Os proprietários terão como função à supervisão e gerenciamento do Cyber Café, contatos com fornecedores e aquisição de materiais diversos para o funcionamento do Cyber Café, muito embora será sempre necessária a presença de um dos sócios no estabelecimento para auxiliar também, quando necessário, na operacionalização de alguns dos serviços ofertados pelo empreendimento. O quadro demonstra as obrigações trabalhistas.

FOPAG		
Técnico em informática	1	540,00
Serviços Gerais e atendimento	1	260,00
TOTAL		800,00
Encargos e benefícios mensais		
INSS		61,20
FGTS		64,00
TOTAL		125,20
TOTAL GERAL		674,80
INSS S/ PROLABORE		240,00

6. Planejamento Financeiro

6.1. Lista das Necessidades Primárias na Abertura do Negócio

As necessidades primordiais para a abertura do empreendimento *Cyber Café Mundo Virtual*, servirão de base para constituir o *Plano de Investimento Inicial*, sendo que os recursos aplicados têm origem dos sócios empreendedores, como segue o quadro abaixo:

INVESTIMENTO INICIAL			R\$	62.147,56
Disponibilidade Inicial			R\$	7.000,00
Estoque para Venda			R\$	2.230,56
ELEMENTOS	QT	VL UNT	VL TOTAL	
Cyber				
Computador e periféricos	12	2.000,00	R\$	24.000,00
Programas de Informática(*1)	3	1.183,33	R\$	14.200,00
Cadeira	15	75,00	R\$	1.125,00
Ar condicionados	2	1.200,00	R\$	2.400,00
Mesa com divisórias	10	350,00	R\$	3.500,00
Scanner	1	450,00	R\$	450,00
Impressora	1	1.200,00	R\$	1.200,00
Balcão de madeira com gavetas	1	1.500,00	R\$	1.500,00
Balcão de Vidro com divisórias	1	500,00	R\$	500,00
TOTAL			R\$	48.875,00
Lanchonete				
Balcão de madeira	1	1.000,00	R\$	1.000,00
Geladeira	1	850,00	R\$	850,00
Microondas	1	650,00	R\$	650,00
Jogo de mesa com cadeira para lanchonete	2	150,00	R\$	300,00
Estufa	1	250,00	R\$	250,00
Porta lenço	2	3,50	R\$	7,00
Porta canudo	2	5,00	R\$	10,00
Bomboniere	1	35,00	R\$	35,00
Lixeira	4	10,00	R\$	40,00
TOTAL			R\$	3.142,00
Despesas Pré Operacionais				
Legalização da Empresa				700,00
Honorários do contador				200,00
TOTAL			R\$	900,00

6.2. Quadro Estrutural de Custo e Despesa

É o conjunto de informações necessário para identificar através de critérios de rateio, os custos e/ou despesas de cada produto ou serviço. É a partir dele que poderemos distribuir aos diversos produtos de um serviço (Folha de produto). Ver anexo do Quadro Estrutural de Custos e Despesas.

6.3. Folha do Produto

Demonstra atribuições dos custos e despesas por unidade, para obtenção dos custos totais por serviço. Na situação do *Cyber Café Mundo Virtual*, existe vinte e seis folhas do produto do total de quatro serviços (ver anexo). Abaixo a folha do produto do serviço de Locação por hora locada.

Locação de Computadores	
Custos Fixos	Valor/h
Aluguel	0,06
Depreciação	0,14
Manutenção	0,18
Seguro	0,03
TOTAL	0,41
Custos Variáveis	Valor
Banda Larga	0,11
Energia	0,13
Mão de Obra	0,09
TOTAL	0,33
Despesas	Valor
Conservação e Limpeza	0,01
Propaganda e Póbulicidade	0,04
Prolabore	0,24
Segurança	0,04
Serviços Contábeis	0,05
TOTAL	0,37
TOTAL GERAL	1,11

O custo direto variável é o valor gasto diretamente com os serviços que a empresa vende. Nas atividades de serviços são os gastos com mão de obra diretamente envolvida e materiais utilizados na realização do serviço vendido.

6.4. Determinação do Preço de Venda do Serviço

O preço deve ser um dos principais indicadores do valor que o empreendimento pode entrega aos clientes; ele é uma forma de expressão do valor monetário dos benefícios que a negócio acredita que os serviços possam trazer. Calcula-se o preço de venda (PV) da seguinte forma:

PREÇO DE VENDA= $\frac{\text{CUSTO TOTAL}}{1 - (\text{IMPOSTOS} + \text{MARG. DE LUC.})}$

6.5 Margem de Contribuição

É o valor que cada unidade vendida traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que efetivamente provocou e que lhe pode ser imputado sem equívocos. Calculada pela diferença entre a Receita e Custos variáveis.

Abaixo a margem de contribuição do serviço de locação. A MC dos outros serviços estão em anexo.

Locação de Computadores			
PRODUTO	CUSTO TOTAL P/ UN	Imposto+ MG LUC.	PERC.
Serviço	R\$ 1,1091	ISS	5%
PREÇO DE VENDA= $\frac{\text{CUSTO TOTAL}}{1 - (\text{IMPOSTOS} + \text{MARG. DE LUC.})}$		MG DE LUCRO	39,6%
		TOTAL	45%
<hr/>			
PRODUTO	PREÇO DE VENDA		
Serviço	R\$ 2,00		
<hr/>			
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO			
			%
PREÇO DE VENDA	R\$ 2,00		100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,33		16
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 1,67		84
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 0,78		39
LUCRO	R\$ 0,89		45

6.6. Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Ruptura (P.E) como também é chamado, nasce da confronto entre custos e despesas totais com as Receitas Totais. O PE corresponde ao nível de faturamento para que a empresa possa cobrir exatamente os seus custos, ou seja, atingir um lucro operacional igual a zero. Os pontos de equilíbrio dos serviços do Cyber, também estão

evidenciados no anexo, porém estará evidenciado o PE do serviço de Locação de Computadores abaixo:

CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO			
Locação de Computadores			
Ponto de Equilíbrio =	$\frac{\text{Custos + Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$		
Preço de Venda/Unid		2,00	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	0,33	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	2.343,06	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	1,67	
Ponto de Equilíbrio/Unid		1.400	
Ponto de Equilíbrio em und	$\frac{2.343,39}{1,67}$	=	1.400
Ponto de Equilíbrio em R\$	2.803		

6.6. Balanço Patrimonial Inicial do *Cyber Café Mundo Virtual*

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Circulante	9.230,56	Circulante	14.200,00
<i>Disponível</i>	7.000,00	Contas a Pagar	14.200,00
Caixa	3.000,00		
Bancos Conta Movimento	4.000,00		
<i>Estoque</i>	2.230,56		
Prod p/ Venda de Periféricos	1.575,00		
Matéria-Prima do Sev. de: Impressão, Digitação e Digitalização	277,00		
Produtos Para Lanchonete	378,56		
Permanente	52.917,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	47.947,56
<i>Ativo Imobilizado</i>	52.017,00	Capital Social	47.947,56
Móveis e Utensílios	12.167,00		
Computadores e Periféricos	39.850,00		
(-) Depreciação Acumulada	0,00		
<i>Ativo Diferido</i>	900,00		
Despesas de Organização	900,00		
(-) Amortização Acumulada	0,00		
TOTAL DO ATIVO	62.147,56	TOTAL DO PASSIVO	62.147,56

6.7. Demonstração do Resultado do Exercício - DRE

PROJEÇÃO DOS CUSTOS DESPESAS E RECEITAS					IGP-DI:
PERCENTUAL PROJETADO PARA CRESCIMENTO:			20%	aa	11,5560%
Locação de Computadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custos	9.841,54	10.978,83	12.247,55	13.662,87	15.241,76
Despesas	28.116,73	31.365,90	34.990,54	39.034,04	43.544,82
Receita	60.057,50	72.069,01	86.482,81	103.779,37	124.535,24
Serviços de Digitação e Impressão	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custos	2.511,36	2.801,57	3.125,32	3.486,48	3.889,38
Despesas	5.273,82	5.883,26	6.563,13	7.321,56	8.167,64
Receita	9.567,09	11.480,51	13.776,61	16.531,94	19.838,32
Serviços de Digitalização	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custos	2.656,93	2.963,97	3.306,48	3.688,58	4.114,83
Despesas	1.625,82	1.813,69	2.023,29	2.257,10	2.517,93
Receita	4.226,28	5.071,53	6.085,84	7.303,01	8.763,61
Venda de Periféricos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custos	1.184,99	1.321,93	1.474,69	1.645,10	1.835,21
Despesas	4.161,71	4.642,64	5.179,15	5.777,65	6.445,31
Receita	17.736,00	21283,20	25539,85	30647,82	36777,38
Lanche	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custos	1.624,68	1.812,43	2.021,87	2.255,52	2.516,17
Despesas	3.308,43	3.690,75	4.117,25	4.593,04	5.123,82
Receita	7.967,05	9.560,46	11.472,55	13.767,06	16.520,47

Para elaborar a projeção da DRE dos cinco anos de atividades do Cyber Café Mundo Virtual, considerou-se acréscimo de 20% no volume de vendas a cada ano, e também o IGP-DI – índice gral de preço, acumulado em 11,5560% do ano de 2004 para correção dos custos e despesas variáveis; logo:

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANOS
Receita Bruta do Serv. de Locação	60.057,50	72.069,01	86.482,81	103.779,37	124.535,24
(-) Deduções	(3.002,88)	(3.603,45)	(4.324,14)	(5.188,97)	(6.226,76)
ISS					
Outras Receitas Operacionais	39.496,42	47.395,71	56.874,85	68.249,82	81.899,78
Serviços de Digitação & Impressão	9.567,09	11.480,51	13.776,61	16.531,94	19.838,32
Serviços de Digitalização	4.226,28	5.071,53	6.085,84	7.303,01	8.763,61
Venda de Periféricos	17.736,00	21283,20	25539,85	30647,82	36777,38
Lanche	7.967,05	9.560,46	11.472,55	13.767,06	16.520,47
Receita Operacional Líquida	96.551,05	115.861,26	139.033,52	166.840,22	200.208,26
Custos Operacionais					
(-) Custos do Período	(17.819,51)	(19.878,73)	(22.175,91)	(24.738,56)	(27.597,35)
Serv. Locação de Computadores	9.841,54	10.978,83	12.247,55	13.662,87	15.241,76
Serviços de Digitação & Impressão	2.511,36	2.801,57	3.125,32	3.486,48	3.889,38
Serviços de Digitalização	2.656,93	2.963,97	3.306,48	3.688,58	4.114,83
Venda de Periféricos	1.184,99	1.321,93	1.474,69	1.645,10	1.835,21
Lanche	1.624,68	1.812,43	2.021,87	2.255,52	2.516,17
Lucro Operacional Bruto	78.731,55	95.982,54	116.857,60	142.101,66	172.610,91
Despesas Operacionais					
(-) Despesas	(42.486,50)	(43.932,23)	(49.009,04)	(54.672,52)	(60.990,48)
Serv. Locação de Computadores	28.116,73	31.365,90	34.990,54	39.034,04	43.544,82
Serviços de Digitação & Impressão	5.273,82	2.801,57	3.125,32	3.486,48	3.889,38
Serviços de Digitalização	1.625,82	1.813,69	2.023,29	2.257,10	2.517,93
Venda de Periféricos	4.161,71	4.642,64	5.179,15	5.777,65	6.445,31
Lanche	3.308,43	3.308,43	3.690,75	4.117,25	4.593,04
Lucro Operacional	36.245,05	52.050,31	67.848,56	87.429,13	111.620,43
(+/-) Rec./Desp. não Operacionais	-	-	-	-	-
Lucro antes do Imposto de Renda	36.245,05	52.050,31	67.848,56	87.429,13	111.620,43
(-) Imposto de Renda	(1.087,35)	(1.561,51)	(2.035,46)	(2.622,87)	(3.348,61)
Lucro Líquido	35.157,70	50.488,80	65.813,11	84.806,26	108.271,82

6.8. Projeção de Fluxo de Caixa

Este instrumento oferece várias informações, passadas e futuras que permitem trabalhar e projetar a situação financeira da empresa de maneira positiva, visando a manutenção e ampliação dos negócios.

FLUXO DE CAIXA					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Total de Entradas	99.553,93	119.464,71	143.357,66	172.029,19	206.435,02
Receita Com:					
Locação de Computadores	60.057,50	72.069,01	86.482,81	103.779,37	124.535,24
Serv. De Digitação e Impressão	9.567,09	11.480,51	13.776,61	16.531,94	19.838,32
Serv. De Digitalização	4.226,28	5.071,53	6.085,84	7.303,01	8.763,61
Venda de Periféricos	17.736,00	21.283,20	25.539,85	30.647,82	36.777,38
Lanche	7.967,05	9.560,46	11.472,55	13.767,06	16.520,47
Total de Saídas	(78.596,23)	(68.975,92)	(77.544,55)	(87.222,93)	(98.163,20)
Impostos					
ISS	(3.002,88)	(3.603,45)	(4.324,14)	(5.188,97)	(6.226,76)
Imposto de Renda	(1.087,35)	(1.561,51)	(2.035,46)	(2.622,87)	(3.348,61)
Contas a pagar	(14.200,00)	-	-	-	-
Custos e Despesas	(60.306,01)	(63.810,96)	(71.184,95)	(79.411,08)	(88.587,83)
Fluxo Líquido de Caixa	20.957,70	50.488,80	65.813,11	84.806,26	108.271,82

6.9. Análise de Indicadores de Avaliação de Negócio

Anos	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos
1	34%	2,97
2	81%	1,23
3	106%	0,94
4	136%	0,73
5	174%	0,57

VPL =	R\$ 94.062,70
TIR =	69%

No ato de análise das projeções feitas para os cinco períodos, a Demonstrações do Resultado do Exercício e os Indicadores de Rentabilidade, faz-se as seguintes observações acerca do empreendimento:

- Observando o tempo de retorno do Capital investido, *Payback*, constata-se, que este retorno será próximo do terceiro ano da atividade operacional do *Cyber Café Mundo Virtual*. A consequência disso favorecerá futuras perdas para a empresa, haja vista que quanto mais tempo ela precisar esperar para recuperar seu investimento, maior será os riscos, as “ameaças” do mercado.
- O **Valor Presente Líquido**, utilizado neste projeto, fez-se uma estimativa do valor atual para os futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo próprio projeto, e deduzindo o investimento feito inicialmente. No entanto, para que isto ocorra, descontam-se os futuros fluxos de caixa após impostos para o seu valor presente, e depois se subtrai o investimento inicial. Se o VPL der resultado positivo, o projeto caracteriza-se como viável, posto que o valor presente dos futuros fluxos de caixa é maior que o investimento inicial. Caso contrário, o projeto deve ser rejeitado. Vale ressaltar que o VPL Considera o valor do dinheiro no tempo.
- No caso do *Cyber Café*, o resultado do VPL mostrou-se positivo, logo tendo viabilidade.
- A **Taxa Interna de Retorno** (TIR), é aquela que iguala o valor presente líquido ao investimento inicial, ou seja, é aquela que quando utilizada para o Cálculo do VPL, evidenciará a este um valor exatamente igual ao valor do investimento, feito pelo empreendedor.
- A TIR do *Cyber Café Mundo Virtual*, resultou em 69%, e a Taxa Mínima de Atratividade aplicada foi de 20%, demonstrando assim, que para que o negócio seja economicamente atrativo, precisará de

uma taxa mínima de atratividade que seja menor que a taxa interna de retorno. Nesse contexto ratifica-se a viabilidade do negócio.

O projeto do Cyber Café Mundo Virtual, apresentou bons resultados no projeto, principalmente na expectativa com a relação a chances de sucesso evidenciada através da aplicação da **Taxa Interna de Retorno** (TIR) e do **Valor Presente Líquido** (VPL). No entanto, faz-se destaque para o **prazo de retorno do investimento**, o qual aponta um tempo considerável, distante, para se obter o retorno efetivo do Investimento.

BIBLIOGRAFIA

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. *Estudo da Viabilidade econômico-financeira de uma empresa na Região Metropolitana de Belém sob a Ótica do plano de negócios*. Belém-Pará. 2004.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa, uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: Como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. 5 ed. Cultura Editores Associados; 1999.

FERREIRA, Armando Leite. *Rota de Navegação: Desafio SEBRAE*. Rio de Janeiro: Expertbooks, 2003.

MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custos – 9ª Ed.* – São Paulo: Atlas, 2003.

SEBRAE Nacional. *Aprender a Empreender*. Livro componente do material do curso a longa distância.

SEBRAE Nacional. *Iniciando um pequeno grande negócio*. Manual do Curso, módulo 1,2 e 3.

SEBRAE Minas Gerais. *Ponto de partida para início de negócio – Lan House* – Material complementar apostila.

SILVA, José Pereira da. *Análise Financeira das Empresas - 5ª ed.* São Paulo: Atlas, 2001.

ANEXOS