



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

CIBELLE DO SOCORRO MELO COSTA 0101005011

CARLOS ALBERTO MOREIRA DA SILVA 0101001811

DELLYANE DO NASCIMENTO CUIE 0101004811

**PLANO DE NEGÓCIOS: MONTAGEM DE LOJA DE BIJUTERIAS –
CRISTAL BIJU ACESSORIOS**

CAPANEMA-PA

2006

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CIBELLE DO SOCORRO MELO COSTA 0101005011

CARLOS ALBERTO MOREIRA DA SILVA 0101001811

DELLYANE DC NASCIMENTO CUIE 0101004811

PLANO DE NEGÓCIOS: MONTAGEM DE LOJA DE BIJUTERIAS –
CRISTAL BIJU ACESSORIOS

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção de média na Disciplina de Administração Financeira do curso de Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Orientado pelo professor Héber Lavor Moreira

CAPANEMA
2006



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CIBELLE DO SOCORRO MELO COSTA 0101005011

CARLOS ALBERTO MOREIRA DA SILVA 0101001811

DELLYANE DC NASCIMENTO CUIE 0101004811

PLANO DE NEGÓCIOS: MONTAGEM DE LOJA DE BIJUTERIAS –
CRISTAL BIJU ACESSORIOS

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção de média na Disciplina de Administração Financeira do curso de Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Orientado pelo professor Héber Lavor Moreira

Avaliado em: ___/___/___	Conceito: _____
Banca Examinadora:	

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira	

Professor:	

Professor:	

CAPANEMA
2006

RESUMO

O trabalho foi elaborado com intuito de apresentar um Plano de Negócio como parte fundamental do processo administrativo para dar início a vida de uma empresa, sem correr o risco de perder os recursos investidos. Dessa forma faz-se necessário dizer que o Plano de Negócio não é só a maneira de como fazer e sim a forma de como começar um empreendimento sabendo se vai ter lucratividade ou não.

Com o Plano de Negócio pode-se ter em vista o que ocorrerá no futuro, evitando os riscos desse empreendimento, analisando e determinando sua participação no mercado consumidor e conseqüentemente suas possibilidades de lucros. Além do mais, sem o conhecimento específico de um plano detalhado não é suficiente para o sucesso do negócio, esse é o motivo que leva muitas das pequenas empresas a saírem do mercado com menos de dois meses de atuação.

Como se pode observar, o objetivo principal deste trabalho é enfatizar que há a importância da elaboração de um Plano de Negócios, não importando qual sua natureza, nem o público a ser atingido. Por isso elaboramos um Plano de Negócio para analisar a viabilidade de uma loja de bijuterias instalada no centro de Belém se lançar no mercado de forma adequada para obtermos resultados satisfatórios, através de pró-labore, sem prejudicar o bom funcionamento da empresa, pagando todas as obrigações e visando a possibilidade de expansão do negócio.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
CAPÍTULO I	10
1.1 - TÍTULO DO ESTUDO	8
1.2 - OBJETIVOS DO ESTUDO	8
1.2.1 - A importância do estudo	8
1.2.2 - O que o discente se propõe alcançar em seu estudo	8
1.2.3 - O que deverá ser alcançando em termos de contribuições técnicas e/ou científicas.8	
1.2.4 - Delimitação do Estudo	9
1.2.5 - A Organização do Estudo.....	11
1.3 - PÚBLICO ALVO	9
1.4 - JUSTIFICATIVA	10
1.5 - METODOLOGIA DO ESTUDO	10
CAPÍTULO II.....	11
PLANO DE NEGÓCIOS (BUSINESS PLAN).....	12
2.1-Conceito de Plano de Negócios.....	12
2.2 - Importância do Plano de Negócios.....	12
2.3 - Objetivos do Plano de Negócios	13
2.4 - Estrutura do Plano de Negócios	14
CAPÍTULO III	14
ESTRUTURA DO NEGÓCIO – L.OJA DE BIJUTERIAS.....	14
3.1 - Sumário Executivo	15
3.2 - Resumo: “Conhecendo a Cristal Biju Acessorios”	15
3.2.1 - A Empresa	15
3.2.2 - Localização	16
3.2.3 - Estrutura Organizacional Legal	16
3.3 - Descrição dos Produtos	17
3.3.1 - Concorrência.....	17
3.3.2 - Necessidades do Mercado	18
3.4 - Análise de Mercado	18
3.4.2 - Pontos Fracos	19
3.5 - Estrutura e Gerência do Negócio	19
3.6 - Planejamento Financeiro	19
3.6.1 - Investimento Inicial.....	19
3.6.1.1-Capital	de
.....	Giro
.....	22
3.6.1.2 -Gastos Pré-operacionais	22
3.6.2 - Custos e Despesas Fixas	22
3.6.3 - Custos Fixos.....	22
3.6.2.2 - Despesas Fixas	23
3.6.2.3 - Custos Variáveis.....	23
3.6.3 - Balanço Patrimonial Inicial.....	24
3.6.4 - Demonstração do Resultado do Exercício	32
3.6.5 - Projeção do Fluxo de Caixa	25
3.6.6 - Ponto de Equilíbrio.....	27
3.6.7 - Margem de Contribuição.....	27
3.6.8 - Análise Econômica do Empreendimento	28
3.6.8.1 - Valor Presente Líquido	28
3.6.8.2 - Taxa Interna de Retorno(TIR)	29
3.6.8.3 - Período de Payback ou Tempo d e Retorno do Investimento	29
ANÁLISE DOS RESULTADOS	1

Balanço patrimonial.....	32
DRE.....	32
CONCLUSÃO.....	33
BIBLIOGRAFIA.....	34

INTRODUÇÃO

A análise, o planejamento estratégico e operacional e a capacidade de implementação são elementos essenciais no sucesso de empreendimentos. No entanto, a maior parte dos negócios é concebida sem estes elementos essenciais, pois as pessoas envolvidas nesse processo são em sua maioria pequenos empresários, que não possuem conhecimento sobre gestão de negócios, atuando de forma empírica e sem planejamento.

Um dos grandes motivos que tem contribuído para esse acontecimento foi o aumento do desemprego, em que esses sem alternativas, e aliado ao sonho de serem seus próprios patrões, começam a criar seus próprios negócios, mesmo sem experiência no ramo e até de modo informal.

Contudo, o empreendimento de um negócio não depende só do entusiasmo e de sonho de realização, mas em diversos fatores, como: identificação e avaliação da oportunidade (sem deixá-la passar), no desenvolvimento de um Plano de Negócios, determinar e captar os recursos necessários, e gerenciar a empresa criada (o que não é um trabalho fácil). A falta de planejamento e de análise tem levado ao fracasso de muitos negócios.

No entanto o empreendedor não pode somente ter como meta ganhar dinheiro, mas sim preocupar com a qualidade do produto, a concorrência, a qualificação dos subordinados, e outros itens que são importantes dentro de uma empresa.

Ninguém estabelece um negócio se não tem vontade, aptidão, conhecimento, oportunidades e recursos. Depois de todos esses critérios, o empreendimento começar a funcionar, é importante que o bom empreendedor busque inovações,

procure detectar falhas e com isso busque soluções. O mais importante ainda é aceitar as mudanças, e não ter medo de planejar tudo novamente.

Para isso é necessário munir-se de um bom plano de negócio que auxilie o caminho a ser tomado, para que no futuro consiga vencer todas as turbulências que o mercado impõe.

CAPÍTULO I

1.1 - TÍTULO DO ESTUDO

A Utilização de um Plano de Negócios como ferramenta fundamental para organizar e montar uma loja de bijuterias, voltada para o público feminino da classe média e alta.

1.2 - OBJETIVOS DO ESTUDO

1.2.1 - O estudo e sua importância

A importância de se fazer esse estudo serve para prevenir que o recurso desse empreendimento não seja jogado fora, e sim ser definindo claramente onde se pretende chegar, se seu rendimento será viável ou não. Sendo assim, a partir desse Plano de Negócio será definindo claramente onde se pretende chegar, estabelecendo metas e meios de concretizá-la. Sendo que esse plano é a base para planejar as decisões futuras e a sua atuação, antes de iniciar qualquer atividade empresarial.

1.2.2 - O que se propõe alcançar com esse estudo

Evitar riscos no empreendimento, analisando e determinando seus aspectos econômicos e financeiros, ou seja, a participação da empresa no mercado competitivo, viabilizando possibilidades de lucros auxiliando também na tomada de decisões.

1.2.3 - O que deverá ser alcançado em termos de contribuições técnicas e/ou científicas.

Evidenciar que através das técnicas contábeis, a taxa de retorno dos investimentos, análise de custos (Ponto de Equilíbrio, Margem de Contribuição, etc.),

podemos comprovar a veracidade de um bom, ou mau investimento, isto é, a importância da análise econômica financeira em qualquer ramo de atividade.

1.2.4 - Delimitação do Estudo

Esse estudo se refere há aplicação de um Plano de Negócio para ver a viabilidade de se montar uma loja de bijuterias, no shopping Center (centro de Belém).

1.2.5 - Organização do trabalho

Nesse estudo consta:

- a) Capa do trabalho
- b) Folha de Rosto
- c) Termo de Aprovação
- d) Resumo
- e) Sumário
- f) Conteúdo Contextual: introdução, planejamento metodológicos, fundamentações teóricas, fundamentações teórica.
- g) Conclusão
- h) Bibliografia

1.3 - PÚBLICO ALVO A SER ATINGIDO

Nossas bijuterias têm como alvo principal atingir o público da classe média e alta da capital do Estado, através de marketing e promoções, como dia dos namorados, mães, natal e etc...

1.4 - JUSTIFICATIVA

A maioria dos administradores de uma empresa não tem conhecimento adequado para iniciar negócios e conseguir mantê-lo no mercado, por isso faz necessário optar por um Plano de Negócio que demonstre aos investidores como atuar para a tomada de decisões, através das técnicas contábeis para obter o sucesso.

1.5 - METODOLOGIA

Esse estudo será desenvolvido através de um exemplo do Plano de Negócio para abertura de uma Loja de bijuterias – “**Cristal Biju Acessórios**”, na cidade de Belém. Para supervisionar o andamento desse trabalho, contaremos com a orientação do professor Heber Lavor Moreira - Disciplina de Administração Financeira, bem como, pesquisas bibliográficas no acervo da Universidade Federal do Pará e internet.

BIBLIOGRAFIA

GUIMARÃES, Marcos Freire. Análise das Demonstrações Financeiras. 5ª ed. Brasília: Editora Vesticon, 2005.

MARTINS, Eliseu, Contabilidade de Custos. 8ªed. São Paulo: Editora Atlas. 2001

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Centro sócio-econômico. Colegiado do Curso de Ciências Contábeis. Roteiro para elaboração do projeto de pesquisa. Disponível em: <http://www.peritocontador.com.br/heber/TccNormas.doc>. Acesso: 19 jan.2006.

http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Monografia_Antonia_Dias.pdf;

<http://www.abc-commece.com.br>

CAPÍTULO II

PLANO DE NEGÓCIOS (BUSINESS PLAN)

2.1 Conceito de Plano de Negócios

O Plano de Negócios é sem dúvida parte fundamental do processo de tomada de decisões de uma empresa. Esse plano é um documento usado para descrever o modelo de negócio perfeito que sustenta a empresa, prevendo as situações de risco, isto é, um conjunto de informações elaboradas de forma organizada em que são vislumbrados os aspectos importantes para um bom empreendimento. A principal utilização do Plano de Negócio é como uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de um pequeno empreendimento.

Podemos dizer que o Plano de Negócio consulta e orienta, ainda mostra ao empresário as metas a serem alcançadas. Assim como estratégias traçadas e os rumos que o negócio deve tomar para obter um melhor desempenho.

Numa visão mais ampla, as funções do Plano de Negócios são:

- Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnicos, financeiro, jurídico e organizacional.
- Avaliar a evolução do empreendimento ao longo de sua implantação, para cada um dos aspectos definidos no Plano de Negócios, o empreendedor poderá comparar o previsto com realizado.
- Facilitar ao empreendedor, a obtenção de capital de terceiros quanto o seu capital próprio não é suficiente para cobrir os investimentos.

2.2- A Importância desse Plano

O Plano de Negócios pode suprir aos gestores da empresa, utilizando dados importantes na tomada de decisões, reduzindo os riscos dos recursos investidos,

para possibilitar uma visualização de modo mais abrangente em toda a estrutura econômica e financeira do negócio.

O Plano de Negócios pode e deve ser utilizado durante todas as etapas da existência da empresa de modo contínuo, iniciando desde a avaliação da oportunidade, planejamento inicial, avaliação da viabilidade econômico-financeira, início das atividades mesmo após sua consolidação no mercado. Além do mais, esse plano não poderá ser descartado, pois trata-se do ciclo de vida da empresa, que por sua vez deve estar em constante revisão e atualização caminhando junto ao Plano de Negócios.

2.3 - Objetivos do Plano de Negócios

O Plano de Negócios é um documento escrito que tem o objetivo de estruturar as principais idéias e opções que o empreendedor analisará para decidir quanto á viabilidade da empresa a ser criada. Dessa forma, é utilizado como solicitação de empréstimo e financiamento junto a instituições financeiras, bem como para expansão de sua empresa.

O Plano de Negócios costuma ser utilizado com três objetivos básicos: para captação de recursos, como ferramenta de gestão e pára medição de resultados:

- **Plano de Negócio para captação de recursos:**

O Plano de Negócios é elaborado principalmente, como ferramenta captadora de recursos. Porém, deve-se levar em consideração que ao ser utilizado, atinge um enfoque, onde, oferece outros benefícios que vão além da possibilidade de captar recursos. Deve-se enfatizar o que diz respeito ás informações financeiras do empreendimento. Portanto, as informações financeiras devem ser expressas de maneira clara e objetiva na forma de projeções realistas, dando origem às metas possíveis de serem alcançadas, como conseqüência demonstrando capacidade de honrar o financiamento pretendido.

- **Plano de Negócio como ferramenta de gestão**

Essa é a peça fundamental para o planejamento estratégico empresarial e para a sua própria sobrevivência, pois através dele pode-se avaliar uma

oportunidade a ser explorada: o mercado e concorrência, definindo estratégias para a empresa, determinando quantidade de recursos necessários e a capacidade de gerar receitas e crescer, entre outras.

- **Plano de Negócios como instrumento de medição de resultados**

Mostra-se bastante útil, em virtude de suas informações poderem servir de base para comparações de resultados em períodos diferentes, podendo ser utilizado para verificar se os objetivos e metas das empresas foram alcançados conforme o planejamento, adequando-se conforme os resultados e as novas projeções ajustadas.

2.4 - Estrutura do Plano de Negócios

Não existe uma estrutura rígida, uma específica para prescrever o Plano de Negócios. Além de tudo, cada negócio tem particularidade e semelhança, sendo impossível definir um único modelo, um padrão de Plano de Negócio, seja universal e aplicado a qualquer negócio, dessa forma a estrutura da empresa analisada nesse empreendimento e a seguinte:

- Sumário Executivo
- Resumo da empresa
- Descrição dos produtos
- Análise de Mercado
- Planejamentos Financeiros
- Análise Econômica do Empreendimento

CAPÍTULO III

ESTRUTURA DO NEGÓCIO

LOJA DE BIJUTERIAS

CRISTAL BIJU ACESSORIOS

3.1 Sumário

Esse Plano de Negócios foi elaborado para apresentação de estudos e análise da montagem de uma loja de bijuterias, cuja razão social é Cristal Biju Acessórios. Uma loja de bijuterias que tem como função atingir o seu alvo principal, o público feminino.

No primeiro momento a Cristal Biju Acessórios tende a conquistar seus clientes utilizando peças e acessórios com um alto padrão de qualidade, luxo e o melhor preço do mercado, dando-lhes conforto e o melhor atendimento.

3.2 - Resumo da Empresa

3.2.1 - A Empresa

A **CRISTAL BIJU ACESSORIOS** é uma pequena empresa que atua no mercado de forma responsável e comprometida com o bem-estar da comunidade, esse é um dos valores mais prezados pela nossa empresa. Procuramos sempre manter o compromisso de um bom relacionamento, com nossos colaboradores.

Nossa loja atuará no ramo de vendas de bijuterias para atrair o público feminino, utilizando seus artifícios de acessórios luxuosos, confeccionados diretamente da loja, desenhados por nossa estilista famosa – Cibelle Melo.

Visamos sempre atender nossa clientela de médio e alto poder aquisitivo da região paraense, mas precisamente no centro do estado, Belém, enfatizando sempre produtos com preços ao nível do nosso consumidor e mercadorias de boa qualidade, derrubando a concorrência nesse ramo.

Nossas bijuterias são fabricadas de acordo com as tendências da moda, variando sempre a cada estação do ano, como por exemplo: verão utilizamos peças maiores e cores mais fortes e variadas; já no inverno utilizamos cores claras e peças mais leves.

3.2.2 Localização

O empreendimento será instalado em uma pequena loja no centro da cidade de Belém, estado do Pará, mas precisamente no shopping Center Iguatemi. A área é boa para o negócio tem grande movimentação do público alvo a ser atingido. Vale ressaltar também que se trata de uma área nobre, dando ênfase a um excelente ambiente para se montar uma loja desse nível e obter melhores rendimentos.

3.2.3 Estrutura Organizacional Legal

Diz respeito às providências a serem tomadas quanto da abertura do empreendimento:

- Registro e arquivamento do ato constitutivo na Junta Comercial do Estado
- Registro na Secretaria da Fazenda do CNPJ, o qual só poderá ser feito mediante o preenchimento de DBE, que exige o nº. NIRE. Da empresa

- Registro na Fazenda Estadual, para obter Inscrição Estadual e solicitação do enquadramento no ICMS-SIMPLES.
- Registro na prefeitura para solicitar informações sobre as instalações físicas e ALVARÁ.
- Registro no INSS.

A Natureza Jurídica da entidade organizacional será de uma pequena empresa, ou seja, uma loja que tem atos constitutivos arquivados na Junta Comercial do Estado do Pará, sendo constituída por Carlos Alberto Moreira e terá como responsabilidade restrita ao valor de suas cotas, e responderá solidariamente pela integralização do capital que será constituído.

3.3 - Descrição dos Produtos

A qualidade e variedade de produtos são um dos fatores predominantes para chamar a atenção dos clientes, por isso a CRISTAL BIJU ACESSORIOS, dispõe de uma variedade de peças confeccionadas de acordo com cada estação do ano, tais como: verão utilizamos peças maiores e cores mais fortes e variadas; já no inverno utilizamos cores claras e peças mais leves. Feitas com material importados e desenhados pela estilista própria da loja.

3.3.1 - Concorrência

A venda de bijuterias é um mercado não muito competitivo, trata-se de um produto de acessórios importantes para o público feminino, tem um custo baixo e preços razoáveis a classe que desejamos atingir. Levamos vantagem sobre alguns concorrentes por possuímos nossa confecção dentro da própria loja e oferecermos promoções, excelente qualidade e atendimento preferencial a nossos clientes.

3.3.2 Necessidades do Mercado

Visando o sucesso de nossa empresa “Cristal Biju e Acessórios”.

Após uma pesquisa de análise realizada no mercado, constatou-se a necessidade da procura de Bijuterias para mulheres da alta sociedade, pois aumentou a demanda desses produtos de excelente qualidade, e que viesse atender mulheres de todas as idades, ou seja, consumidoras mais exigentes.

3.4 Análise de Mercado

Um ponto importante é conhecer a característica do público alvo do empreendimento, bem como a necessidade de mercado a ser atendida. No caso da empresa Cristal Biju Acessórios, detectou-se na cidade uma deficiência quanto à qualidade e variedades do público alvo a ser atingido. Sendo que a maioria dos concorrentes locais direcionam-se apenas em atender seus clientes sem levar em conta as tendências da moda atual, com isso, facilita ainda mais o bom desempenho do empreendimento.

3.4.1 - Pontos Fortes

- A Cristal Biju Acessórios localiza-se num ambiente favorável e seguro, com grande circulação do público alvo a sua volta.
- Oferecemos peças de modelos diversificados, de acordo com as estações do ano e tendências da moda, adequando-se a cada cliente.
- Oferecemos peças e designers exclusivos e luxuosos com ótima qualidade.
- Funcionários treinados para que o mesmo possa oferecer melhor qualidade de serviço e satisfazer as necessidades de nossas clientes, para que esta sinta “prazer” no ato da sua compra.
- Parcelamos no cartão de crédito.

3.4.2 - Pontos Fracos

- A loja Cristal Biju Acessórios não atua via on line e não atende a domicilio.

3.5 - Estrutura e Gerência do Negócio

Estrutura e gerência do negócio significam dizer a maneira como a empresa como a empresa vai funcionar, ou seja, como vai ser sua organização para atingir seus objetivos traçados.

A estrutura funcional da loja, **Cristal Biju Acessórios**, terá como dirigente apenas o dono do negocio, o responsável por todas as tomadas do processo decisório centralizado organizacional, sendo também a empresa composta de 02 vendedores com uma estrutura inicial simples.

3.6 - Planejamento Financeiro

Significa a análise em termos de toda movimentação do empreendimento, ou seja, é a qualificação dos gastos, custos e despesas incorridas na execução do negócio. Corresponde quanto à empresa possui para operar no mercado em termos de ativos disponíveis e a realizar em curto prazo, serão provenientes de economias pessoais do empreendedor e capital de terceiros.

3.6.1 Investimento Inicial

A Empresa Cristal Biju Acessórios dispõe de um investimento inicial em torno de R\$ 8.113,85 (Oito Mil Cento e Treze reais e oitenta e cinco centavos), de acordo com o quadro abaixo.

EMPRESA CRISTAL BIJU ACESSÓRIOS

LISTA DE UTILIDADES

Descrição	Unid	R\$	Total
DISPONIBILIDADE INICIAL - CAIXA	1		2.000,00
INVESTIMENTO INICIAL			4.675,00
COMPUTADOR	1	2.500,00	2.500,00
AR REFRIGERADO	1	600,00	600,00
CADEIRAS	2	70,00	140,00
MESA	1	250,00	250,00
VITRINE	1	500,00	500,00
BALCÃO DE VIDRO	1	300,00	300,00
MANEQUIM	1	200,00	200,00
PESCOCO PARA GARGANTILHAS	3	25,00	75,00
MOSTRUARIO	1	40,00	40,00
ESPELHOS	1	60,00	60,00
TAPETES	1	10,00	10,00
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS			342,50
DESPESA COM ORGANIZAÇÃO			342,50
TAXA DE LEGALIZAÇÃO-JUCEPA	1	102,00	102,00
CARTÓRIO PARA REGISTRO	3	3,50	10,50
DESPESA COM DIVULGAÇÃO DE INALGURAÇÃO	1	30,00	30,00
HONORÁRIO DO CONTADOR	1	200,00	200,00

CUSTOS VARIÁVEIS			247,64
MATERIAL PARA CONFECCÃO DAS BIJUTERIAS			247,64
FUNCIONÁRIOS	2	100,00	200,00
MICANGAS VARIAS CORES P	9	0,60	5,40
MICANGAS VARIAS CORES G	3	0,70	2,10
PEDRARIAS DIVERSAS G	6	0,90	5,40
PEDRARIAS DIVERSAS P	6	0,80	4,80
BASE PARA BRINCO NIQUEL	6	0,20	1,20
TARRAXA PARA BRINCO NIQUEL	6	0,05	0,30
TERMINAL ENVELHECIDO	6	0,10	0,60
FECHOS SIMPLES NIQUEL	3	0,08	0,24
FECHO TRABALHADO ENVELHECIDO	3	0,45	1,35
CORRENTES GROSSAS NIQUEL	3	1,00	3,00
CORRENTES GROSSA ENVELHECIDAS	3	1,00	3,00
CORRENTES FINA NIQUEL	3	0,80	2,40
ELOS NIQUEL P	3	0,15	0,45
ELOS NIQUEL G	3	0,30	0,90
ELOS ENVELHECIDOS M	3	0,15	0,45
FIOS PARA CONFECCAO DIVERSOS	9	0,15	1,35
PINGENTES NIQUEL	9	0,60	5,40
PINGENTES ENVELHECIDOS	9	0,70	6,30
SACOLAS	9	0,05	0,45
EMBALAGEM P	3	0,10	0,30
EMBALAGEM M	3	0,10	0,30
EMBALAGEM G	3	0,15	0,45

CUSTOS FIXOS			385,00
PROLABORE	3	50,00	150,00
ALUGUEL	1	100,00	100,00
TELEFONE	1	55,00	55,00
ENERGIA	1	80,00	80,00

DESPESAS FIXAS			151,21
MATERIAL PARA EXPEDIENTE			151,21
ALICATES PARA CONFECCAO	6	4,50	27,00
RECIPIENTES COM DIVISORIAS	3	8,00	24,00
LIVROS DE REGISTROS	1	10,00	10,00
CALCULADORA	1	5,00	5,00
BLOCO DE NOTAS	2	2,00	4,00
BLOCOS DE RECIBOS	2	2,00	4,00
BLOCOS DE NOTAS PROMISSORIAS	3	2,00	6,00
ADESIVO PERSONALIZADO	6	0,01	0,06
CARIMBOS	2	5,00	10,00
CANETAS	3	0,60	1,80

3.6.1.1 Capital de Giro

Esta necessidade de Capital de Giro representa em montante o ciclo financeiro. O futuro empresário terá que possuir recursos para cobrir as despesas com registro legalização da empresa.

No caso específico do nosso empreendimento o capital de giro será em torno de R\$ 342,50.

3.6.1.2 Gastos Pré-operacionais

DESPEAS PRÉ-OPERACIONAIS			342,50
DESPESA COM ORGANIZAÇÃO			342,50
TAXA DE LEGALIZAÇÃO-JUCEPA	1	102,00	102,00
CARTÓRIO PARA REGISTRO	3	3,50	10,50
DESPESA COM DIVULGAÇÃO DE INALGURAÇÃO	1	30,00	30,00
HONORÁRIO DO CONTADOR	1	200,00	200,00

3.6.2 Custos e Despesas Fixas

Os custos e despesas fixas iniciadas foram:

3.6.3 - Custos Fixos

Os custos fixos são aqueles independentes do ramo de atuação da empresa, não sofrem variação em função de seu faturamento ou produção. Quanto maior o volume de faturamento/vendas, menor proporcionalmente será esses custos.

CUSTOS FIXOS			385,00
PROLABORE	3	50,00	150,00
ALUGUEL	1	100,00	100,00
TELEFONE	1	55,00	55,00
ENERGIA	1	80,00	80,00

3.6.2.2 - Despesas Fixas

DESPESAS FIXAS			151,21
MATERIAL PARA EXPEDIENTE			151,21
ALICATES PARA CONFECCAO	6	4,50	27,00
RECIPIENTES COM DIVISORIAS	3	8,00	24,00
LIVROS DE REGISTROS	1	10,00	10,00
CALCULADORA	1	5,00	5,00
BLOCO DE NOTAS	2	2,00	4,00
BLOCOS DE RECIBOS	2	2,00	4,00
BLOCOS DE NOTAS PROMISSORIAS	3	2,00	6,00
ADESIVO PERSONALIZADO	6	0,01	0,06
CARIMBOS	2	5,00	10,00
CANETAS	3	0,60	1,80

3.6.2.3 Custos Variáveis

São os custos que tem seu valor determinado em função de oscilações na atividade da empresa, variam em proporção direta com o volume da atividade.

No caso da empresa em estudo, o volume de atividade é as vendas e produção. Por isso dentro de uma perspectiva de operacionalização da empresa foram consideradas as embalagens, o custo de aquisição das matérias-primas entre outros.

CUSTOS VARIÁVEIS			247,64
MATERIAL PARA CONFEÇÃO DAS BIJUTERIAS			247,64
FUNCIONÁRIOS	2	100,00	200,00
MICANGAS VARIAS CORES P	9	0,60	5,40
MICANGAS VARIAS CORES G	3	0,70	2,10
PEDRARIAS DIVERSAS G	6	0,90	5,40
PEDRARIAS DIVERSAS P	6	0,80	4,80
BASE PARA BRINCO NIQUEL	6	0,20	1,20
TARRAXA PARA BRINCO NIQUEL	6	0,05	0,30
TERMINAL ENVELHECIDO	6	0,10	0,60
FECHOS SIMPLES NIQUEL	3	0,08	0,24
FECHO TRABALHADO ENVELHECIDO	3	0,45	1,35
CORRENTES GROSSAS NIQUEL	3	1,00	3,00
CORRENTES GROSSA ENVELHECIDAS	3	1,00	3,00
CORRENTES FINA NIQUEL	3	0,80	2,40
ELOS NIQUEL P	3	0,15	0,45
ELOS NIQUEL G	3	0,30	0,90
ELOS ENVELHECIDOS M	3	0,15	0,45
FIOS PARA CONFECCAO DIVERSOS	9	0,15	1,35
PINGENTES NIQUEL	9	0,60	5,40
PINGENTES ENVELHECIDOS	9	0,70	6,30
SACOLAS	9	0,05	0,45
EMBALAGEM P	3	0,10	0,30
EMBALAGEM M	3	0,10	0,30
EMBALAGEM G	3	0,15	0,45

3.6.3 - Balanço Patrimonial inicial

O Balanço Patrimonial é a denominação financeira que evidência resumidamente a situação do patrimônio da entidade, qualitativamente.

No Balanço Patrimonial as contas são classificadas de acordo com o patrimônio das entidades, divididas em Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido. Essa divisão visa facilitar o conhecimento e a análise da situação financeira da companhia.

O Balanço Patrimonial inicial foi projetado a partir do plano de investimento, onde foi orçada, a preço de mercado, a matéria-prima para elaborar os produtos, como também, os móveis e utensílios e as despesas de organização necessárias para estruturar o início do empreendimento.

EMPRESA CRISTAL BIJU ACESSORIOS			
BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA 01-06-06			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	2.000,00		
CAIXA	2.000,00		
PERMANENTE	4.987,50	PATRIMONIO LIQUIDO	6.987,50
IMOBILIZADO	4.987,50		
(-)DEPRECIACÃO	4.675,00	CAPITAL SOCIAL	6.987,50
AR REFRIGERADO	600,00		
COMPUTADORES	2.500,00		
VITRINE	500,00		
BALCAO DE VIDRO	300,00		
MESA	250,00		
CADEIRA	140,00		
MANEQUIM	200,00		
PESCOCO PARA GARGANTILHAS	75,00		
MOSTRUARIO	40,00		
ESPELHOS	60,00		
TAPETES	10,00		
(-)AMORTIZACÃO	312,50		
TAXA DE LEGALIZACO-JUCEPA	102,00		
CARTORIO PARA REGISTRO DE AUTENTICACO	10,50		
ESCRITORIO DE CONTABILIDADE	200,00		
TOTAL	6.987,50	TOTAL	6.987,50

3.6.4 Projeção do Fluxo de Caixa

É o tipo de demonstração que visa relatar o fluxo de entrada de caixa que corresponde a encaixes de dinheiro e de saída de caixa que são os desembolsos de recursos financeiros de um negócio em um determinado período de tempo, tendo como objetivo chegar ao saldo liquido de caixa. Esta ferramenta pode ser utilizada por pessoas num modelo mais simples, por apresentar um número menor de itens a controlar empresas que utiliza meios mais complexos devido seu número maior de itens.

Segundo nossos cálculos a Cristal Biju Acessórios logo no primeiro ano de atividade da empresa, considerou-se a projeção de caixa um acréscimo de 10% ao ano no volume de vendas e também um IGPDÍ-ndice geral de preço acumulado em 1,16% no primeiro ano de operação da empresa, para corrigir os custos e despesas variáveis da prestação do serviço a cada ano.

3.6.5 - Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio é uma ferramenta de grande utilidade para gestão de um empreendimento, pois através dele o gestor pode perceber o momento exato que o negócio passa a dar lucro. Nascendo da conjugação dos custos totais com as receitas totais. É o ponto no qual não há lucro nem prejuízo, e pode ser definida tanto em unidade produzidas, venda quanto em reais.

PEC conj.	=	516,54	=	7,78
		66,42		

3.6.6 Margem de Contribuição

A Margem de Contribuição por unidade é a diferença entre a receita e custo variável de cada produto, é o valor que cada unidade efetivamente traz á empresa de sobra entre a receita e o custo que de fato este produto provocou e lhe pode ser imputado sem erro.

A empresa em questão calculou a margem de contribuição para cada produto, verificando que cada item vendido baseado na média de preço aplicada pela empresa contribuiu para o lucro liquido em média de 67%.

MC CONSOLIDADA		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 803,54	894,01
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 248,04	275,97
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 555,50	618,04
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 415,62	462,41
LUCRO	R\$ 139,88	155,63

3.6.7 Análise Econômica do Empreendimento

3.6.8.1 Valor Presente Líquido

O Valor Presente Líquido (VPL) ou Net Present Value (NPV) é uma das ferramentas mais eficazes e mais usadas para avaliar investimentos de capital. Segundo BANGS (2000), define o VPL como “Reflete a riqueza em valores monetários do investimento medida pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e valor presente das saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto”.

Fazendo uma análise clara desta ferramenta, chega-se a conclusão de que quando o VPL for maior ou igual a zero, dentro do período analisado, quer dizer que depois de devolver aos investidores seu capital aplicado no negócio, atualizado a taxa considerada, restou em caixa aquele montante que é justamente o VPL, ou seja, o Valor Presente Líquido nada mais é que o valor criado pelas atividades do negócio.

O VPL é representado pela seguinte fórmula:

VPL =	Fn
	(1+i)ⁿ - INV

A Empresa Cristal Biju Acessórios demonstra que o valor das entradas é sempre maior que o valor das saídas de caixa, ou seja, depois de devolver R\$ 25.852,47 de capital investido, o negócio conseguiu restar em caixa, demonstrando que o empreendimento é lucrativo.

VPL	=	R\$ 25.852,47
------------	----------	----------------------

3.6.8.2 Taxa Interna de Retorno (TIR)

É o percentual de retorno obtido sobre o investimento inicial do empreendedor e ainda não recuperado. Matematicamente, a Taxa de Investimento de Retorno é a taxa de juros que torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor investido inicialmente no projeto.

Fazendo uma análise melhor desta ferramenta, pode-se considerar uma TIR perfeita quando ela for maior ou igual à taxa de juros vigente no mercado, isto mostra que o empreendimento é viável e que seu retorno será igual ou acima do mercado.

A TIR é representada pela seguinte fórmula:

Taxa de Retorno Contábil	=	$\frac{\text{Fluxo de Caixa}}{\text{Investimento}}$
---------------------------------	---	---

A Taxa de Retorno Interno da empresa Sensual Lingerie em análise foi de 83%, demonstrando que este empreendimento é economicamente viável, pois tem um retorno acima do retorno do mercado que está previsto para 10% ao ano.

TIR	=	83%
------------	---	------------

3.6.8.3 Período de Paybak ou Tempo d e Retorno do Investimento

É o prazo de tempo no qual o investimento inicial será recuperado por meio dos fluxos de caixa positivos gerado pelo negócio, e é encontrado entre o valor do investimento e o fluxo de caixa do projeto.

Quanto maior o prazo de payback, pior para empresa, pois a mesma encontrar-se-á passível de perda enquanto o seu investimento não retornar, pois estará exposta aos riscos do mercado.

O Payback é representado pela seguinte fórmula:

$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo de Caixa Anual}}$
--

TABELA DO VPL (VALOR PRESENTE LIQUIDO)

Anos	Investi.	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	6.675,00			-6.675,00			
1		9.080,27	4.273,39	4.806,88	72%	1,39	500
2		9.988,30	4.322,97	5.665,33	85%	1,18	424
3		10.987,13	4.373,11	6.614,02	99%	1,01	363
4		12.085,84	2.781,18	9.304,66	139%	0,72	258
5		13.294,43	4.475,16	8.819,27	132%	0,76	272

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Observando-se as projeções feitas para os cinco anos, os indicadores de rentabilidade e a Demonstração do Resultado do Exercício, pode-se concluir:

- 1) Caso a Taxa de Retorno Contábil do Investimento venha se confirmar no decorrer dos 5 anos, será suficiente para retornar o investimento a partir do final do primeiro ano de funcionamento da empresa.
- 2) O VPL investido de R\$ 9.533,51 corresponderá a R\$ 25.852,47 durante os cinco anos com uma taxa desejada de 10% ao ano, significando que o investimento é economicamente atrativo, ou seja, o retorno obtido foi maior que o previsto, mostrando que o empreendimento tem boas chances de sucesso;
- 3) Caso a TIR seja superior a taxa de retorno desejada pelo empreendedor, o projeto tem boas chances de sucesso. Nesse caso, como a

taxa pretendida é de 10% e a TIR é de 83%, o empreendimento é considerável viável.

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

BALANÇO PATRIMÔNIAL EM 11-06-2006					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
ATIVO					
Ativo Circulante	2.000,00	2023,20	2046,67	2070,41	2094,43
<i>Disponível</i>	2.000,00	2023,20	2046,67	2070,41	2094,43
Caixa	2.000,00	2023,20	2046,67	2070,41	2094,43
Permanente	5.769,25	5.921,31	6.505,06	6.925,99	7.388,94
Imobilizado	5.735,00	5.883,63	6.463,62	6.880,41	7.338,79
Computador	2.500,00	2.750,00	3.025,00	3.327,50	3.660,25
Ar Refrigerado	600,00	606,96	614,00	621,12	628,33
Cadeiras	140,00	141,62	143,27	144,93	146,61
Mesas	250,00	252,90	255,83	258,80	261,80
Vitrine	500,00	505,80	505,87	511,74	517,67
Balcão de Vidro	300,00	303,48	307,00	310,56	314,16
Manequim	200,00	202,32	204,67	204,69	207,07
Pescoço para Gargantilhas	75,00	75,87	76,75	77,64	78,54
Mostruário	40,00	40,46	40,93	41,41	41,89
Espelho	60,00	60,70	61,40	62,11	62,83
Tapete	10,00	10,12	10,23	10,35	10,47
(-)Depreciação Acumulada	717,50	789,25	868,18	954,99	1.050,49
Taxa de Legalização-JUCEPA	102,00	103,18	104,38	105,59	106,82
Cartório para Registro	10,50	10,62	10,75	10,87	11,00
Divulgação de Inalguaração	30,00	30,35	30,70	31,06	31,42
Honorário do Contador	200,00	202,32	204,67	207,04	209,44
Diferido	34,25	37,68	41,44	45,59	50,15
(-)Amortização Acumulada	34,25	37,68	41,44	45,59	50,15
TOTAL	7.803,50	7.982,18	8.593,17	9.041,99	9.533,51
PASSIVO					
Patrimônio Líquido					
Capital Social	6.443,68	6.384,84	6.733,37	6.892,30	7.063,73
Lucros Acumulados	1.359,82	1.597,34	1.859,80	2.149,69	2.469,78
TOTAL	7.803,50	7.982,18	8.593,17	9.041,99	9.533,51

3.6.8 - Demonstração do Resultado do Exercício

A Demonstração do Resultado do Exercício, também conhecida como DRE é o tipo de demonstração financeira prevista pela lei 6404/76, onde pode verificar o resultado da empresa no desenvolvimento de suas atividades durante um determinado período, tal período é geralmente igual a um ano. Segundo Ribeiro (2001, p.66) “A Demonstração do Resultado do Exercício é um relatório contábil que evidencia a situação econômica da entidade”.

Para elaborar a projeção da Demonstração do Exercício da empresa Sensual Lingerie Ltda. considerando-nos 12(doze) primeiros meses de atividade, o preço de venda do produto foi calculado com margem de lucro de 45% no primeiro ano.

A Demonstração é mensal baseada em um volume estimado de venda de 422 peças mensais, já que se trata de uma loja varejista e atacadista.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO					
	ANO1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receita Bruta Serviços	3.115,76	3.427,34	3.770,08	4.147,08	4.561,79
(-) Deduções	529,68	582,65	640,91	705,00	775,50
ICMS 17%					
Receita Operacional Líquida	2.586,08	2.844,69	3.129,16	3.442,08	3.786,29
Custos Operacionais					
(-) Custos do Período	401,84	406,50	411,22	415,99	420,81
Custo Direto dos Serviços					
Lucro Operacional Bruto	2.184,24	2.438,19	2.717,95	3.026,09	3.365,47
Despesas Operacionais					
(-) Despesas (Dep/Amort/Desp.Fix.)	782,37	791,45	800,63	809,91	819,31
Lucro Operacional	1.401,87	1.646,75	1.917,32	2.216,18	2.546,17
(+/-) Rec./Desp. não Operacionais					
Lucro antes do Imposto de Renda	1.401,87	1.646,75	1.917,32	2.216,18	2.546,17
(-) Imposto de Renda	42,06	49,40	57,52	66,49	76,38
Lucro Líquido	1.359,82	1.597,34	1.859,80	2.149,69	2.469,78

CONCLUSÃO

Ao termino desse trabalho concluímos que a Cristal Biju Acessórios mostrou ser um investimento rentável para seus empreendedores. Essa empresa se identificou com a importância do conhecimento contábil, principalmente com a relevância dos custos desse plano. É nesse conhecimento que possibilita, aliado a análise de outros indicadores exibir um panorama mais específico as pessoas que necessitem de informações dessa natureza para tomada de decisão. Devido a essa necessidade, mostra-se imprescindível à atuação do profissional contábil na elaboração do Plano de Negócios.

Diante do estudo, por exemplo, confirmou-se à importância da escolha do ramo do negócio, as possibilidades oferecidas por este, ou seja, conhecer o mercado para saber se há sustentabilidade do negócio, ou se é só mais um caso de sazonalidade no mercado.

Verificou-se, portanto, a elaboração do Plano de Negócio da viabilidade econômica de uma loja de bijuterias do centro de Belém. Com vista a indicar ao futuro investidor se haverá retorno do recurso investido, assim como o prazo necessário para que isso ocorra.

Portanto, o contador deve estar sempre atualizado e buscando aprimorar seus conhecimentos na gestão de qualquer negócio.

BIBLIOGRÁFIA

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. Estudo da Viabilidade Econômica e Financeira de uma Micro-empresa na Região Metropolitana de Belém Sobre a Ótica do Plano de Negócios. Belém, jan.2004. Disponível em <http://www.peritocontador.com.br>.

FACHIN, Fundamentos de Metodologia. 3ªed. São Paulo: Editora Saraiva 2001;

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 8ªed. São Paulo: Atlas, 2001;

MATARAZZO, Dante C. Análise Financeira de Balanços. 5ªed. São Paulo: Atlas 1998;

RIBEIRO, Osni Moura. Estrutura e Análise de Balanços. 6ªed. São Paulo: Saraiva 1999.