

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

**CÍNTIA DA FONSECA JACINTO  
SOLANGE COELHO ALVES**

**ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA O  
SUCESSO DE UM EMPREENDIMENTO**

**BELÉM \_ PA  
2006**

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

**ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA O  
SUCESSO DE UM EMPREENDIMENTO**

Trabalho de Avaliação da Disciplina  
Administração Financeira, ministrada pelo  
Professor Héber Lavor Moreira, do Curso de  
Ciências Contábeis

**Alunas:  
Cíntia da Fonseca Jacinto  
Solange Coelho Alves**

**BELÉM \_ PA  
2006**

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

**ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA O  
SUCESSO DE UM EMPREENDIMENTO**

Trabalho de Avaliação da Disciplina  
Administração Financeira, ministrada pelo  
Professor Héber Lavor Moreira, do Curso de  
Ciências Contábeis

**Avaliado em:** \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ **Conceito:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
***Orientador:*** Prof. Héber Lavor Moreira

## RESUMO

O trabalho tem por objetivo salientar a importância do Plano de negócios para o sucesso de um empreendimento. Assim o presente estudo procura mostrar a aplicação do Plano de negócios em uma Sorveteria, mostrando e analisando pontos fundamentais, como por exemplo, o Valor Presente Líquido, a Taxa Interna de Retorno e o prazo de Payback, os quais são os primeiros índices observados e de extrema importância na gestão do empreendedor e na alavancagem do empreendimento. Portanto, de acordo com os dados analisados é possível, através de um planejamento árduo e realista viabilizar e manter um empreendimento com sucesso.

**Palavras-chave: Empreendedorismo, Plano de Negócio, Plano Financeiro, Viabilidade Econômica.**

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	6
CAPÍTULO I .....	8
1.1 – TÍTULO DO ESTUDO.....	8
ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA O SUCESSO DE UM EMPREENDIMENTO .....	8
1.2 – OBJETIVOS DO ESTUDO.....	8
1.2.1 – A Importância do Estudo .....	8
1.2.2 – O que os discentes se propõem a alcançar em seu estudo .....	9
1.2.3 _ O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas .....	9
1.2.4 _ Delimitação do Estudo.....	9
1.2.5 _ A organização do Estudo .....	9
1.3 _ PÚBLICO ALVO .....	10
1.4 _ JUSTIFICATIVA .....	10
1.5 _ METODOLOGIA DO ESTUDO .....	10
1.6 _ BIBLIOGRAFIA .....	11
CAPÍTULO II .....	12
2.0 _ O PLANO DE NEGÓCIOS.....	12
2.1 _ ESTRUTURA DE UM PLANO DE NEGÓCIOS:.....	13
2.2 _ O TAMANHO DO PLANO DE NEGÓCIOS: .....	15
CAPÍTULO III.....	17
3 _ APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO .....	17
3.1 _ HISTÓRICO:.....	17
3.2 _ INVESTIMENTO INICIAL:.....	18
3.3 _ ASPECTOS LEGAIS DA ATIVIDADE: .....	19
3.3.1 _ IMPOSTOS E ENCARGOS SOCIAIS:.....	19
CAPÍTULO IV.....	22
4.0 _ APLICAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS NO PROJETO DA SORVETERIA:.....	22
CAPÍTULO V .....	25
5.0 _ ESTUDO DO PLANO FINANCEIRO .....	25
5.1 _ O BALANÇO PATRIMONIAL:.....	25
5.2 _ DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO: .....	26
5.3 _ FLUXO DE CAIXA:.....	27
5.4 _ INDICADORES DE AVALIAÇÃO DE NEGÓCIOS:.....	27
5.4.1 _ VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL):.....	27
5.4.2 _ TEMPO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK) .....	28
5.4.3 _ TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR): .....	29
5.4.4 _ PONTO DE EQUILÍBRIO:.....	30
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	31
BIBLIOGRAFIA .....	32

## INTRODUÇÃO

A criação de negócios é uma das causas da prosperidade das nações. Com ela, inova-se, geram-se oportunidades, empregos e riquezas. A existência de indivíduos dispostos aos riscos de empreender é um dos pilares do desenvolvimento econômico. Captar, descrever e analisar o fenômeno do empreendedorismo é, portanto, fundamental para o desenho de ações de promoção do progresso e do bem-estar.

Em relação ao Brasil, sabe-se que é um país com muitas contradições sociais, em que poucos têm muitos e muitos têm poucos, ou seja, uma grande parcela da sociedade encontra-se desempregada e isso faz com que algumas dessas pessoas procurem montar seu próprio negócio, com a esperança de propiciar a família e a si mesmo uma vida melhor.

Com isso, o Brasil é considerado o país mais empreendedor do mundo, sendo o brasileiro um empreendedor nato, já que é apontado por muitos estudiosos, como um país que apesar de não ter a cultura de planejar é formado por pessoas criativas e perseverantes. Porém, o lado negativo do empreendedorismo é que os índices de mortalidade das PME - Pequenas e Médias Empresas no Brasil é elevadíssimo. Entre as principais razões, destaca-se a falta de preparação do empreendedor para gerenciar com eficiência a sua empresa, insuficiência de capital, além de dificuldades pessoais do candidato a empresário.

Logo, para os pequenos e micros empreendedores é necessário que eles saibam planejar o seu negócio, para evitar assim, o fracasso do seu empreendimento, por isso a fundamental importância ao Plano de Negócios, pois

nele constará um leque de informações, as quais serão necessárias e determinantes para o empreendimento em questão.

.

.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 – TÍTULO DO ESTUDO**

#### **ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA O SUCESSO DE UM EMPREENDIMENTO**

### **1.2 – OBJETIVOS DO ESTUDO**

#### **1.2.1 – A Importância do Estudo**

De acordo com pesquisas realizadas pelo SEBRAE, 31% das empresas fracassam no primeiro ano de operação, e 60% não conseguem chegar a 5 anos de vida.

Isso ocorre devido ao fato de que essas empresas apresentam sinais de deficiências, principalmente em duas questões fundamentais: planejamento prévio ou estruturação do negócio e gestão.

Apesar de não ser garantia de sucesso, o Plano de Negócio é indispensável para uma tomada de decisão racional, ao propiciar um melhor arranjo dos fatores envolvidos e reduzir os riscos inerentes ao empreendimento, visto que empreender é sempre um risco, mas empreender sem planejamento é um risco muito maior.

O Plano irá ajudar a concluir se a idéia é viável e a buscar informações mais detalhadas sobre o ramo, os produtos e serviços que pretendem oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sob os pontos fortes e fracos do negócio, uma vez que para elaborarmos esse Plano é necessário que se cheguem as seguintes definições: qual é o negócio, quais os principais produtos e/ou serviços, quem serão seus principais clientes, onde será localizada a empresa, o montante de capital a ser investido, qual será o faturamento mensal, que lucro espera obter do negócio e em quanto tempo espera que o capital investido retorne.

Para se alcançar o sucesso, não basta ter em mente um plano perfeito, é necessário que seja feito antes de tudo um trabalho árduo e realista, para que não se tenha surpresas inesperadas, que contribuam para o fracasso do negócio. A partir dessa conscientização, podemos observar a importância desse planejamento para a viabilidade do empreendimento.

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

Enfatizar através de análises minuciosas a importância do Plano de Negócio para o sucesso de um empreendimento, bem como um detalhamento do mesmo.

### **1.2.3 \_ O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas**

Oferecer suporte aos futuros empreendedores na tomada de suas decisões, não apenas destacando a importância de um Plano de Negócio, mas também, fazendo com que estes tenham um real conhecimento do assunto.

### **1.2.4 \_ Delimitação do Estudo**

Esse Estudo trata da implantação de uma sorveteria em um bairro periférico da cidade de Belém - PA, direcionando o Plano de Negócios as peculiaridades da realidade local.

### **1.2.5 \_ A organização do Estudo**

Este Estudo abordará as seguintes etapas:

- a- Capa;

- b- Folha de rosto;
- c- Termo de aprovação;
- d- Resumo;
- e- Sumário;
- f- Conteúdo do estudo: Introdução, Desenvolvimento e Considerações  
    Finais;
- g- Anexos;
- h- Bibliografia.

### **1.3 \_ PÚBLICO ALVO**

As pessoas que tiverem interesse em aprofundar-se no assunto, tanto na questão científica quanto na questão do empreendedorismo.

### **1.4 \_ JUSTIFICATIVA**

O tema abordado se deu em decorrência do grande número, apontado em pesquisas, de empresas que apresentam curto período de duração, e onde apontam que um dos principais motivos para que ocorra o fracasso é a falta de um planejamento adequado.

Com isso surgiu o interesse em desenvolver um Estudo voltado a solucionar esse problema, orientando todo aquele que decidir se lançar no mundo do empreendedorismo.

### **1.5 \_ METODOLOGIA DO ESTUDO**

A metodologia do Estudo será desenvolvida em duas fases. Primeiramente, será desenvolvido um levantamento bibliográfico, para se obter um respaldo na análise dos dados sobre o problema. Posteriormente, será realizado um estudo de caso, no qual utilizaremos como instrumento registro de observação, que possibilitem a coleta e análise dos dados.

## 1.6 \_ BIBLIOGRAFIA

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. **Estudo da viabilidade econômico \_ financeira de uma micro empresa na região metropolitana de Belém sob a ótica do Plano de Negócios. Monografia.** Universidade Federal do Pará, 2004.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** S. Paulo: Atlas, 1998

TEIXEIRA, Elizabeth. **As Três Metodologias: acadêmica da ciência da pesquisa.** Grapel, 2000.

Sites consultados:

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

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

## CAPÍTULO II

### 2.0 \_ O PLANO DE NEGÓCIOS

Entende-se que o Plano de Negócios nada mais é que a essência da empresa, ou seja, a parte fundamental do processo empreendedor em que constam as ações, metas e objetivos da mesma a serem alcançados para se obter o sucesso.

Um PLANO DE NEGÓCIO é um documento que descreve (por escrito) quais objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um Plano de Negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (PAVANI, 2001, P.10).

É importante salientar, que o Plano de Negócios de uma empresa não se resume em “receitas de bolo”, “fórmulas mágicas”, pois, cada empresa tem suas peculiaridades, logo, não existe modelo padrão, é necessário então, montar um Plano de Negócios compatível com a realidade de cada empresa estudando assim, seu perfil.

Porém, depois de concebido, o Plano de Negócios não deve ser deixado de lado, pelo contrário deve ser seguido sempre a risca, pois, os fatos envolvidos, como o mercado, concorrência e pessoas, estão em constante mudança, dessa forma os Planejamentos devem acompanhar este processo, com atualizações e dinamismo.

Em suma, o Plano de Negócio orienta não somente o presente sucesso da empresa, mas também, está voltado a encontrar o crescimento e maiores lucratividades no futuro.

## 2.1\_ ESTRUTURA DE UM PLANO DE NEGÓCIOS:

Iremos a seguir exemplificar um modelo de Estrutura de Plano de Negócio, sugerido para pequenas empresas:

- 1- Capa
- 2- Sumário
- 3- Sumário Executivo
- 4- Produtos e Serviços
- 5- Análise da Indústria
- 6- Plano de Marketing
- 7- Plano Operacional
- 8- Estrutura da Empresa
- 9- Plano Financeiro
- 10-Anexos

**Capa** - É uma das partes mais importantes do Plano de Negócios, pois nela deve contar todas as informações necessárias e pertinentes para quem irá lê o Plano ,como o nome,endereço,telefone,endereço eletrônico do site e e-mail da empresa,logotipo,nomes,cargos,endereços e telefones dos proprietários,mês e ano em que o plano foi elaborado e nome de quem fez o plano de negócios.

**Sumário** – Corresponde ao título de cada seção do Plano de Negócios e suas respectivas páginas.

**Sumário Executivo** – Este deve expressar uma síntese do que será apresentado, preparando o leitor e atraindo o mesmo para uma leitura com mais atenção e interesse, isto é, o Sumário Executivo do Plano de Negócios deve ser dirigido ao público alvo em que estiver em questão.

**Produtos e Serviços** – Nesta seção deve descrever quais os produtos e serviços, como são produzidos, ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento, principais clientes atuais, se detém marca e/ou patente de algum produto, etc.

**Análise de Indústria** – Tem como função mostrar um bom conhecimento do mercado consumidor, do seu produto/serviço (através de pesquisas de mercado): como está segmentado, as características do consumidor, análise da concorrência, a sua participação de mercado e a dos principais concorrentes, os riscos do negócio etc.

**Plano de Marketing** – Consiste na forma de como o empreendedor pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade.

**Plano Operacional** – Neste deve constar as análises das instalações, os equipamentos e máquinas necessárias, funcionários e insumos necessários, processo de produção e etc.

**Estrutura da Empresa** - Esta corresponde a estrutura organizacional, assessorias externas e a equipe de gestão.

**Plano Financeiro** – Esta seção deve apresentar em números todas as ações planejadas de sua empresa e as comprovações, através de projeções futuras (quanto precisa de capital, quando e com que propósito), de sucesso do negócio. Deve conter itens como fluxo de caixa com horizonte de 3 anos, balanço, ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, lucratividade prevista, prazo de retorno sobre investimentos etc.

**Anexos** - Esta seção deve conter todas as informações necessárias para o melhor entendimento de seu Plano de Negócios. Por isso, não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que você não pode esquecer de incluir é a relação dos curriculum vitae dos sócios da empresa. Você poderá anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas da localização, roteiro e resultados completos das pesquisas de mercado que você realizou, material de divulgação de seu negócio, folders, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.

## **2.2 \_ O TAMANHO DO PLANO DE NEGÓCIOS:**

Não existem regras para determinação do tamanho do Plano de Negócios, pois, este deve estar de acordo com as necessidades encontradas pela empresa.

Segundo Dornelas (apud Jian, 1997) encontram-se a seguir descrições de alguns tipos e tamanhos sugeridos de Planos de Negócios:

**Plano de Negócios Completo:** é utilizado quando se pleiteia uma grande quantidade de dinheiro ou quando se necessita apresentar uma visão completa do seu negócio.

**Plano de Negócio Resumido:** é utilizado quando se necessita apresentar algumas informações resumidas a um investidor.

**Plano de Negócio Operacional:** é utilizado internamente na empresa pelos diretores, gerentes e funcionários.

## CAPÍTULO III

### 3 \_ APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO:

#### **Ficha técnica**

**Setor da Economia:** Terciário

**Ramo de Atividade:** Comércio

**Tipo de Negócio:** Comércio de Sorvete

#### 3.1 \_ HISTÓRICO:

Há muita divergência quanto a quem inventou o sorvete, mas, ao que tudo indica, foram os italianos que, no início do século XVII, inventaram o que chamamos hoje de sorvete. Era um creme de leite, adoçado e temperado com purê de frutas ou geléias, que depois era colocado em recipientes para gelo, feitos de lata e mergulhados em baldes forrados de palha e cheios de gelo, sal e salitre.

Algumas décadas depois, os sorvetes chegaram à corte de Versalhes e dali se espalharam para as outras cortes européias. As receitas foram se sofisticando: musses congeladas, cremes gelados e sorvetes de frutas. Na França, as misturas eram congeladas em fôrmas chamadas sorbetières, que eram giradas até o conteúdo congelar.

No final do século XVIII, os sorvetes cremosos entraram na moda nos Estados Unidos. Mas, até a invenção da sorveteira a manivela, em 1846, os sorvetes continuavam sendo difíceis de fazer. Depois disso as vendas aumentaram rapidamente, e os Estados Unidos dispôs-se a liderar mundialmente a fabricação de sorvetes.

### 3.2\_ INVESTIMENTO INICIAL:

No caso do investimento inicial, muitas são as situações a considerar. Mas, antes de desembolsar o primeiro Real, é preciso que se estude relacione todas as despesas por exemplo, com o imóvel, instalações, equipamentos, contratações de serviços, contratação de empregados, treinamento, documentação, legalização da empresa etc.

		INVESTIMENTO INICIAL		R\$
<b>INVESTIMENTO INICIAL</b>				<b>18.000,00</b>
Disponível				<b>2.890,00</b>
<b>Despesas Pré-Operacionais</b>				<b>3.500,00</b>
<b>freezer armazenador</b>				<b>3.000,00</b>
<b>freezer expositor</b>				<b>4.000,00</b>
<b>mesas</b>				<b>500,00</b>
<b>cadeiras</b>				<b>960,00</b>
<b>ventilador de teto</b>				<b>300,00</b>
<b>Liquidificador</b>				<b>200,00</b>
<b>caixa registradora</b>				<b>500,00</b>
<b>tanques de limpeza</b>				<b>1.000,00</b>
<b>*utensílios de sorveteria</b>				<b>200,00</b>
<b>balcão expositor</b>				<b>350,00</b>
<b>microondas</b>				<b>300,00</b>
<b>chapa</b>				<b>300,00</b>
<b>total</b>				<b>15.110,00</b>
*utensílios de sorveteria: colheres, cardápios, porta lenços e porta canudinhos.				

### 3.3 \_ ASPECTOS LEGAIS DA ATIVIDADE:

#### 3.3.1\_ IMPOSTOS E ENCARGOS SOCIAIS:

Ao tratarmos de uma microempresa, esta pode se enquadrar no Regime Simples, e se beneficiar da redução da carga tributária na qual os recolhimentos dos impostos são realizados de forma unificada e simplificada. O enquadramento no **SIMPLES** está sujeito à aprovação da Receita Federal, considerando critérios como ramo de atividade e a estimativa de faturamento anual da empresa. Além dos tributos federais, são devidos impostos e contribuições para o Governo Estadual (ICMS).

Será determinado mediante a aplicação, sobre a receita bruta mensal auferida, dos seguintes percentuais.

<b>Receita bruta acumulada</b>	<b>ME contribuinte do IPI</b>	<b>ME não contribuinte do IPI</b>
Até R\$ 60.000,00	3,5%	3,0%
De R\$ 60.000,01 até 90.000,00	4,5%	4,0%
De R\$ 90.000,01 até 120.000,00	5,5%	5,0%
De R\$ 120.000,01 até 240.000,00	5,9%	5,4%

**ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviços de Transporte Interestadual, Intermunicipal e Comunicação.**

**Estado do Pará 17%**

#### **INSS - Previdência Social**

Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

Contribuição a terceiros (entidades): variável, sendo o máximo 5,8%;

S.A.T. - Seguro de Acidentes do Trabalho - alíquotas variam de acordo com a atividade da empresa, de 1% a 3%.

Valor devido pelo Empresário e Autônomo - A empresa também deverá descontar e reter na fonte, 11% da remuneração paga devida ou creditada a qualquer título no decorrer do mês, ao autônomo e empresário (sócio ou titular), observado o limite máximo do salário de contribuição. (O recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

### **Órgãos de Registro**

**Registro na Junta Comercial:** O registro da Sociedade Empresária é feito na Junta Comercial, Receita Federal (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica CNPJ). Todas as pessoas jurídicas, inclusive as equiparadas (empresário e pessoa física equiparada à pessoa jurídica), estão obrigadas a se inscrever na Receita Federal.

### **INSS - Previdência Social**

Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos; Contribuição a terceiros (entidades): variável, sendo o máximo 5,8%;

### **S.A.T. - Seguro de Acidentes do Trabalho**

As alíquotas variam de acordo com a atividade da empresa, de 1% a 3%. Valor devido pelo Empresário e Autônomo - A empresa também deverá descontar e reter na fonte, 11% da remuneração paga devida ou creditada a qualquer título no decorrer do mês, ao autônomo e empresário (sócio ou titular), observado o limite

máximo do salário de contribuição. (O recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

**FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço:**

Base de Cálculo: Total das remunerações devido a cada trabalhador no mês anterior ao depósito. Alíquota de 8,5% sobre as remunerações mensais.

## **CAPÍTULO IV**

### **4.0\_ APLICAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS NO PROJETO DA SORVETERIA:**

Para colocarmos em prática tudo que vimos, primeiramente vamos ordenar o planejamento das ações, com alguns aspectos fundamentais que o empreendedor precisa saber.

Vejam os então, quais aspectos são realmente relevantes para o projeto da Sorveteria em questão:

Quais produtos a sorveteria vai oferecer?

Como serão obtidos os produtos comercializados?

Onde será localizada sua “Sorbeteria”?

Quem é e onde está localizado o cliente?

Como será o processo de “Venda”? Que preço será cobrado?

Como será seu formato de gestão? (Isto inclui fixar metas, elaborar planejamento para realizá-las, apurar resultados, corrigir rumo).

Que resultado será obtido?

Em relação aos produtos que serão oferecidos pela nossa sorveteria, fizemos um estudo do mercado, ou seja, dos fornecedores e dos clientes, já que são elementos primordiais para o sucesso do empreendimento. Baseado nisso, serão oferecidos sorvetes com os cinco sabores mais apreciados e que melhores resultados demonstraram na relação custo benefício.

Com o objetivo de agradar e atrair a clientela, além do sorvete será oferecido ainda, outros produtos como: picolé, água, refrigerante, etc. que também foram apontados no estudo realizado.

Em nosso estudo tivemos também a preocupação com os fornecedores, uma vez que o sorvete não será produzido e sim fornecido. Atentamos então a identificar os melhores fornecedores, assim como as condições de aquisições adequadas, o comprometimento com a entrega e ainda as formas e prazos de pagamento.

No que diz respeito a localização, a mesma está diretamente relacionada com o ramo de atividade da empresa, atendendo as questões essenciais para um bom desempenho do negócio, como apresentar condições que gerem resultados e volume razoável da venda. Então, encontramos no bairro da marambaia, mais precisamente no conjunto do Médici, o local ideal para o empreendimento por estar situado próximo a uma escola, a uma praça e residências, propiciando grande circulação de pedestres, clientes de várias faixa etárias, estacionamento gratuito, além de não apresentar concorrência em suas proximidades, favorecendo assim o sucesso do negócio, cientes de que pelo menos 50% desse sucesso se deve à escolha certa do local.

Nosso preço de venda será determinado primeiramente de acordo com os custos, que no caso, possibilitam que a empresa exerça uma prática comum no mercado, isto é, lançar o produto com um preço abaixo do preço de mercado, com a intenção de atrair o cliente, para posteriormente praticar o preço que propicie maior lucratividade.

Antes de pôr o projeto em prática, elaboramos o Plano de Negócios, projetando todos os custos, gastos e despesas previstos mensalmente, e assim

determinar produtos, quantidades, preços, etc., como podemos verificar no quadro a seguir:

<b>CUSTOSFIXOS</b>	
	<b>R\$</b>
<b>energia elétrica</b>	<b>200,00</b>
<b>Água</b>	<b>100,00</b>
<b>Telefone</b>	<b>150,00</b>
<b>Total</b>	<b>450,00</b>

<b>DESPESAS FIXAS</b>	
	<b>R\$</b>
<b>Aluguel</b>	<b>300,00</b>
<b>Salários</b>	<b>900,00</b>
<b>Encargos</b>	<b>351,00</b>
<b>Total</b>	<b>1.551,00</b>

<b>CUSTO DIRETO VARIÁVEL</b>	
	<b>R\$</b>
<b>*material de consumo</b>	<b>418,50</b>
<b>Fornecedores</b>	<b>2.975,20</b>
<b>Total</b>	<b>3.393,70</b>

Através de análises de demonstrativos financeiros indicados pelo planejamento, que veremos no capítulo a seguir, pode-se concluir que se trata de um empreendimento viável, atingindo seu principal objetivo, o lucro.

## CAPÍTULO V

### 5.0\_ ESTUDO DO PLANO FINANCEIRO

#### 5.1\_ O BALANÇO PATRIMONIAL:

O Balanço retrata a situação patrimonial da empresa em determinado momento, composta por bens, direitos e obrigações, onde o Ativo representa aplicação de recursos e o passivo mostra as origens dos recursos. Demonstraremos a seguir o Balanço de Abertura voltado ao nosso empreendimento:

ATIVO		PASSIVO	
<b>Circulante</b>	<b>2890</b>	<b>circulante</b>	<b>0</b>
<b>Caixa</b>	<b>2890</b>		
<b>Permanente</b>	<b>15.110,00</b>		
<b>Imobilizado</b>			
<b>maq. e equipamentos</b>	<b>8450</b>		
freezer armazenador	3.000,00		
freezer expositor	4.000,00		
caixa registradora	500,00		
Microondas	300,00		
balcão expositor	350,00		
Chapa	300,00		
<b>móveis e utensílios</b>	<b>3160</b>		
mesas	500,00	<b>Patrimônio</b>	
Cadeiras	960,00	<b>Líquido</b>	<b>18.000,00</b>
ventilador teto	300,00	<b>Capital</b>	<b>18.000,00</b>
Liquidificador	200,00		
tanques de limpeza	1.000,00		
utensílios de sorveteria	200,00		
<b>Diferido</b>	<b>3.500,00</b>		
legalização	500,00		
reforma/instalações/Decoração	3.000,00		
<b>TOTAL</b>	<b>18000</b>	<b>TOTAL</b>	<b>18000</b>

O investimento inicial para o ramo da sorveteria varia entre 17 a 50 Mil, de acordo com o tamanho da sorveteria, conforme dados fornecidos pelo SEBRAE. Em nosso empreendimento projetamos um capital de 18 mil, que não chega a ser utilizado em sua totalidade.

## 5.2 \_ DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO:

Consiste na demonstração do resultado obtido pela empresa no período, isto é, o lucro ou prejuízo.

### DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO ANO 1

<b>Receita Bruta</b>	<b>112.790,37</b>
( - ) CMV	4060,50
( = ) Margem de Contribuição	108.729,87
( - ) Custos Fixos	670,00
( - ) Despesas Fixas	1599,38
( - ) Despesas Variáveis	22558,07
<b>Lucro</b>	<b>83.902,41</b>

De acordo com as estimativas levantadas para o negócio em questão, teremos um exercício que demonstrará saldo positivo, ou seja, ao final do exercício a empresa terá lucro.

### 5.3\_ FLUXO DE CAIXA:

É considerada por muitos analistas como um dos principais instrumentos de análise, propiciando identificar o processo de circulação de dinheiro, compilando os dados de entrada e de saída de caixa projetados no tempo.

ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
112.790,37	116.174,08	119.659,30	123.249,08	126.946,55
68.284,07	69.110,93	69.947,79	70.794,79	71.652,04
8040,00	8.137,36	8.235,89	8.335,62	8.436,56
19192,56	19.424,96	19.660,18	19.898,24	20.139,19
95.516,63	96.673,24	97.843,86	99.028,65	100.227,79
17.273,73	19.500,83	21.815,44	24.220,43	26.718,76

Verifica-se então, que o nosso empreendimento só irá recuperar o investimento inicial no segundo ano, conforme nos mostra o fluxo de caixa.

### 5.4\_ INDICADORES DE AVALIAÇÃO DE NEGÓCIOS:

#### 5.4.1\_ VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL):

Ao falar de VPL faz-se uma estimativa do valor atual para os futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo projeto, e deduz-se o investimento feito inicialmente.

Crerios do VPL:

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

$$VPL = \sum \frac{F_n}{(1+i)^n} - INV$$

VPL = Valor Presente Líquido

$F_n$  = Fluxo de caixa

$i$  = Taxa de Retorno Desejada

$n$  = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

VPL	=	R\$ 79.304,48
-----	---	---------------

#### 5.4.2\_ TEMPO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

Este método visa calcular o nº. de períodos ou quanto tempo o investidor irá precisar para recuperar o investimento realizado. Um investimento significa uma saída imediata de dinheiro. Em contrapartida se espera receber fluxos de caixa que visem recuperar essa saída. O Payback calcula quanto tempo isso irá demorar.

Um projeto de investimento é mais atraente quanto menor for o tempo para recuperar o investimento inicial, ou seja, quanto menor for o seu prazo de Payback

Critérios do PAYBACK:

- Se o Período de Payback for menor que o período definido como o máximo para o projeto se pagar devemos aprovar o projeto.
- Se o Período de Payback for maior que o período definido como o máximo para o projeto se pagar devemos descartar o projeto.

### 5.4.3 \_ TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR):

A TIR é a taxa de juros que torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor ao presente das saídas de caixa do investimento. Isso quer dizer que a TIR é a taxa que "zera" o seu investimento. É uma taxa tal que se utilizada fará com que o lucro do seu projeto seja nulo ou  $VPL = 0$ .

Critérios da TIR:

- Se a taxa de retorno for maior que a taxa de juros do mercado, é rentável fazer o investimento.
- Se a taxa de retorno for menor que a taxa de juros do mercado, não é rentável fazer o investimento.
- Quando a taxa de retorno se equivale a taxa de juros do mercado, o investimento é indiferente, pois a rentabilidade é nula.

TIR	=	103%
-----	---	------

Sendo importante salientar que no Plano de Negócios é fundamental que se mostre tanto o Valor Presente Líquido do projeto quanto a Taxa Interna de Retorno e o prazo de Payback, pois, são os primeiros índices que os investidores observam.

#### **5.4.4\_ PONTO DE EQUILÍBRIO:**

No Ponto de Equilíbrio não há lucro nem prejuízo. É o ponto no qual a receita proveniente das vendas equivale à soma dos custos fixos e variáveis. É de grande utilidade, pois, possibilita ao empresário saber em que momento seu empreendimento começa a obter lucro e, assim, torna-se uma importante ferramenta gerencial.

Conforme planilha em anexo, encontramos os seguintes pontos de equilíbrio:

<b>PONTO DE EQUILÍBRIO</b>			
	<b>unid.</b>		<b>unid.</b>
<b>Sorvete:</b>	<b>816</b>	<b>Suco:</b>	<b>168</b>
<b>Picolé:</b>	<b>592</b>	<b>Refrigerante:</b>	<b>103</b>
<b>Água:</b>	<b>307</b>	<b>Sanduíche:</b>	<b>530</b>
<b>Does/choc. :</b>	<b>276</b>	<b>Pizza:</b>	<b>180</b>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se que o plano de negócios é de fundamental importância para qualquer empreendimento, seja na abertura do negócio, seja na manutenção do mesmo, já que é indispensável para uma tomada de decisão racional.

É importante salientar que o plano de negócios deve ser bem elaborado, planejado, analisando assim todos os elementos necessários para o empreendimento em questão, como por exemplo os principais produtos e/ou serviços, seus principais clientes, localização da empresa, fornecedores, o tempo de retorno do capital investido e etc. Além dos índices financeiros, valor presente líquido, a taxa interna de retorno e o prazo de payback, pois são eles que mostram ao empreendedor se o negócio é viável ou não economicamente.

Logo, verificamos que o nosso empreendimento “sorveteria” é viável economicamente, conforme os dados analisados em nosso plano de negócio, pois conseguimos atingir o nosso principal objetivo, o lucro.

## BIBLIOGRAFIA

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. **Estudo da viabilidade econômico \_ financeira de uma micro empresa na região metropolitana de Belém sob a ótica do Plano de Negócios. Monografia.** Universidade Federal do Pará, 2004.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luisa.** São Paulo, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** S. Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, José Pereira da. **Análise Financeira das Empresas.** São Paulo: Atlas, 1995.

TEIXEIRA, Elizabeth. **As Três Metodologias: acadêmica da ciência da pesquisa.** Grapel, 2000.

Sites consultados:

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

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

<http://www.planodenegócios.com.br>