

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

**DEBORA SILVEIRA BRITO**

[debbritog@bol.com.br](mailto:debbritog@bol.com.br)

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A IMPLANTAÇÃO DA  
FÁBRICA DE PICOLÉ BOM GOSTO LTDA.**

**PROFESSOR-ORIENTADOR: HÉBER LAVOR MOREIRA**

**BELÉM  
2005**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ**  
**CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO**  
**DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**  
**CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENT.**  
**EMPRESARIAL / TURMA: 30 / QUINTA – FEIRA / NOITE**  
**PROFESSOR: HÉBER LAVOR MOREIRA**  
**DISCENTE: DEBORA SILVEIRA BRITO [debbritog@bol.com.br](mailto:debbritog@bol.com.br)**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A IMPLANTAÇÃO DA**  
**FÁBRICA DE PICOLÉ BOM GOSTO LTDA.**

Trabalho acadêmico apresentado à Universidade Federal do Pará, como requisito para a avaliação da disciplina Administração Financeira e Orçamentária Empresarial, orientada pelo professor Heber Lavor Moreira.

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

**DÉBORA SILVEIRA BRITO**  
[debbitog@bol.com.br](mailto:debbitog@bol.com.br)

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A IMPLANTAÇÃO DA  
FÁBRICA DE PICOLÉ BOM GOSTO LTDA.**

Trabalho acadêmico apresentado à Universidade Federal do Pará, como requisito para a avaliação da disciplina Administração Financeira e Orçamentária Empresarial, orientada pelo professor Heber Lavor Moreira.

Aprovado em:...../...../.....  
Conceito:.....

Banca Examinadora:

.....  
Orientador: Prof. Heber Lavor Moreira

.....  
Professor:

.....  
Professor:

**BELÉM  
2005**

Para minha mãe.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus que nos deu o dom da vida.

Aos docentes do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Pará, em especial ao Professor Heber Lavor Moreira, nosso orientador.

A todos os discentes de nossa turma.

Aos nossos amigos e familiares.

A todos que nos deram informações preciosas nas empresas visitadas para a consolidação de nosso trabalho.

Aqueles que contribuíram direta ou indiretamente para a execução deste trabalho, nossos sinceros agradecimentos.

“Um negócio bem planejado terá mais chances de sucesso que aquele sem planejamento, na mesma igualdade de condições”.

José Carlos Assis Dornelas

## **RESUMO**

O referido trabalho destina-se ao estudo de viabilidade da implantação da fábrica de picolés denominada BOM GOSTO LTDA., onde se observará que através de um Plano de Negócios bem elaborado uma empresa e os seus gestores chegam ao sucesso.

**PALAVRAS-CHAVE:** Plano de negócios (Business Plan); Fluxo de caixa; Ponto de equilíbrio; Valor Presente Líquido.

# ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Título do estudo (tema) .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Objetivos do estudo .....</b>	<b>10</b>
1.2.1 A importância do estudo.....	10
1.2.2 O que o discente se propõe alcançar em seu estudo.....	10
1.2.3 O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuição técnicas e/ ou científicas.....	10
1.2.4 Delimitação do estudo .....	11
1.2.5 Organização do estudo.....	11
<b>1.3 Justificativas.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4 Metodologia Aplicada .....</b>	<b>12</b>
<b>1.5 Bibliografia.....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>14</b>
<b>O PLANEJAMENTO .....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>15</b>
<b>O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 Conceito .....</b>	<b>15</b>
<b>3.2 Missão .....</b>	<b>15</b>
<b>3.3 Análise SWOT .....</b>	<b>15</b>
<b>3.4 Objetivos e metas.....</b>	<b>15</b>
<b>3.5 Definição da estratégia .....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>16</b>
<b>O PLANO DE NEGÓCIOS.....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 Conceito .....</b>	<b>16</b>
<b>4.2 Importância.....</b>	<b>16</b>
<b>4.3 Por que escrever um plano de negócios.....</b>	<b>16</b>
<b>4.4 Objetivos.....</b>	<b>17</b>
<b>4.5 Público-alvo.....</b>	<b>17</b>
<b>4.6 Estrutura .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>18</b>
<b>ESTUDO DO PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>18</b>
<b>5.1 Balanço Patrimonial .....</b>	<b>18</b>
<b>5.2 Demonstração do Resultado do Exercício.....</b>	<b>19</b>
<b>5.3 Fluxo de Caixa .....</b>	<b>19</b>
<b>5.4 Ponto de Equilíbrio.....</b>	<b>20</b>
<b>5.5 Indicadores de Avaliação de Negócios.....</b>	<b>21</b>
5.5.1 Valor Presente Líquido (VPL).....	21
5.5.2 Prazo de Payback.....	21
5.5.3 Taxa Interna de Retorno (TIR).....	21
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>22</b>
<b>ESTUDO DE CASO: APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIO DA FÁBRICA DE PICOLÉ BOM GOSTO LTDA. ....</b>	<b>22</b>
<b>6.1 Sumário Executivo.....</b>	<b>22</b>

<b>6.2 Descrição Geral do Negócio.....</b>	<b>23</b>
6.2.1 Descrição do Negócio.....	23
6.2.2 Descrição dos Produtos .....	24
6.2.3 Mercado .....	24
6.2.4 Estratégia de Marketing.....	25
6.2.5 Concorrência.....	26
6.2.6 Estrutura Organizacional e Legal .....	26
6.2.7 Localização.....	26
<b>6.3 Dados Financeiros .....</b>	<b>26</b>
6.3.1 Fontes de Recursos Financeiros .....	26
6.3.2 Investimentos necessários.....	26
6.3.3 Balanço Patrimonial .....	28
6.3.4 Demonstração do Resultado do Exercício.....	28
6.3.5 Projeção do Fluxo de Caixa.....	30
6.3.6 Ponto de Equilíbrio .....	30
6.3.7 Análise de Indicadores de Avaliação de Negócios.....	31
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>32</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>33</b>

## **INTRODUÇÃO**

Toda empresa deve buscar um serviço diferenciado e de qualidade aos seus clientes visando sempre atendê-los de maneira satisfatória e eficiente.

E é com o estudo de viabilidade demonstrado que tentaremos alcançar a solidificação do negócio adequando-o ao público-alvo.

Esperamos que a meta seja alcançada, e que possa servir de subsídios a posteriores estudos da implantação de uma empresa.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 Título do estudo (tema)**

- Plano de negócio para a implantação da Fábrica de Picolé Bom Gosto Ltda.

### **1.2 Objetivos do estudo**

Apresentar os estudos e análise de viabilidade de criação de uma empresa denominada BOM GOSTO, que terá seu foco na venda de produtos com um bom preço, acessível a todas as classes, já que o estoque será adquirido de fornecedores atacadistas da capital e sendo que a concorrência encontra-se afastada do local onde a fábrica será implantada.

#### **1.2.1 A importância do estudo**

Contribuir para a tomada de decisão de outros investidores de como devem ser seus procedimentos ao decidir implantar uma empresa.

#### **1.2.2 O que o discente se propõe alcançar em seu estudo**

Nos propomos a disseminar este estudo no sentido de que discentes, professores, pesquisadores, etc, possam ter acesso a ele e com isto ter um bom aproveitamento e aprendizado.

#### **1.2.3 O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuição técnicas e/ ou científicas.**

Diante do que já foi exposto o que se pretende com o resultado deste estudo é oferecer uma contribuição científica no sentido do desenvolvimento de outros planos de negócios que possibilite uma melhor tomada de decisão dos futuros empreendedores; assim pretende-se

também que este estudo possa servir como referencial bibliográfico para outros trabalhos acadêmicos.

#### 1.2.4 Delimitação do estudo

O estudo de viabilidade dar-se-á nos municípios de Santo Antônio do Tauá, Vigia, São Caetano de Odivelas, Penha Longa, Colares, Santa Isabel do Pará e proximidades.

#### 1.2.5 Organização do estudo

Este estudo será organizado da seguinte maneira:

**\* ELEMENTOS PRÉ-TEXTUAIS:**

- Capa;
- Folha de rosto;
- Folha de aprovação;
- Dedicatória;
- Agradecimentos;
- Epígrafe;
- Resumo e
- Índice

**\* ELEMENTOS TEXTUAIS:**

- Introdução;
- O Planejamento;
- O Planejamento Estratégico;
- O Plano de Negócios;
- Estudo do Plano Financeiro;
- Estudo de caso: aplicação prática do Plano de Negócio da Fábrica de Picolé Bom Gosto Ltda. e

- Conclusão.

**\* ELEMENTOS PÓS-TEXTUAIS:**

- Referências bibliográficas e
- Anexos.

### **1.3 Justificativas**

Para ser um grande empreendedor não basta ter talento, idéia, capital. “Os empreendedores de sucesso são aqueles que planejam cada passo de seu negócio, [...]” (DORNELAS, 2001, p.32).

Logo, esta afirmação do referido autor é importante, pois a elaboração de um plano de negócio é imprescindível para se criar uma nova empresa. Um Plano de negócios bem traçado traz recursos financeiros de investidores para o empreendimento, para Gil (1996, p.146) “[...] a entidade financiadora, necessita de boas razões para justificar o investimento”.

A realização da análise de viabilidade criteriosa do empreendimento demonstrada no plano de negócio, bem elaborado, e antes de colocá-lo em prática, é a chave para o sucesso de muitas empresas.

Decidimos desenvolver nosso estudo em uma fábrica de picolés, pois com isso, queremos demonstrar que a razão de muitos empreendedores não alcançarem o sucesso almejado, se dá em virtude da falta de elaboração de um bem estruturado plano de negócio para a formação de seus empreendimentos.

Planejar é fundamental para toda e qualquer atividade.

Optamos por este estudo, pois queremos, mesmo como acadêmicos, contribuir à sociedade em geral com mais um trabalho monográfico e ao mesmo tempo mostrar que a formação de uma empresa de sucesso é feita pela capacitação de seus empreendedores.

### **1.4 Metodologia Aplicada**

A metodologia aplicada neste trabalho terá como base pesquisas bibliográficas aliadas a uma pesquisa de campo: visitas a outras fábricas, entrevistas com pessoas ligadas ao empreendimento, com fornecedores, concorrentes, para posteriormente elaborar um plano de negócios com o auxílio de um contador.

## 1.5 Bibliografia

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

\_\_\_\_\_. **NBR 10520**: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 299p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996. 159 p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Centro Sócio-Econômico. Colegiado do curso de Ciências Contábeis. **Normas Regulamentadoras para apresentação dos trabalhos de conclusão de curso, no âmbito do curso de Contabilidade**. Disponível em: <http://www.peritocontador.com.br/heber/TccNormas.doc>. Acesso em: 14 abr. 2005.

\_\_\_\_\_. **Roteiro para elaboração do projeto de pesquisa**. Disponível em: <http://www.peritocontador.com.br/heber/TccProjPesq.doc>. Acesso em: 14 abr. 2005.

## CAPÍTULO II

### O PLANEJAMENTO

Há uma certa dificuldade em conceituar o planejamento e de estabelecer a sua real amplitude e abrangência. Porém, podemos conceituá-lo como “a elaboração de um documento que determina, antecipadamente, quais são os objetivos que devem ser atingidos e como se deve fazer para alcançá-los.” (DIAS, 2004, p. 12).

Na consideração dos grandes níveis hierárquicos, podem-se distinguir três tipos de planejamento: planejamento estratégico, tático e operacional.

De forma resumida, o planejamento estratégico relaciona-se com objetivos de longo prazo e com maneiras e ações para alcançá-los que afetam a empresa como um todo, enquanto o planejamento tático relaciona-se a objetivos de curto prazo e com maneiras e ações que, geralmente, afetam somente uma parte da empresa. Já o planejamento operacional pode ser considerado como a formalização, principalmente através de documentos escritos, das metodologias de desenvolvimento e implantação estabelecidas.

## CAPÍTULO III O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### **3.1 Conceito**

O Planejamento Estratégico é uma técnica administrativa que, através da análise do ambiente de uma organização, cria a consciência das suas oportunidades e ameaças dos seus pontos fortes e fracos para o cumprimento da sua missão e, através desta consciência, estabelece o propósito de direção que a organização deverá seguir para aproveitar as oportunidades e evitar riscos.

### **3.2 Missão**

É o papel que desempenha a organização (utilidade). O atendimento eficaz das necessidades dos clientes deve ser sempre a motivação da empresa, portanto, a missão deve estar relacionada a esse atendimento.

### **3.3 Análise SWOT**

A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, que, respectivamente, significam forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) é extremamente útil à empresa, pois serve para traçar um panorama da situação atual e prevista para o negócio.

O empreendedor deve ser honesto quando identifica em sua empresa os pontos fracos e fortes pela análise dos ambientes interno e externo.

Elaborando um check-list o empreendedor pode identificar estes pontos e depois transferir os principais para a matriz SWOT para a conclusão.

Com a definição desta análise, a empresa identifica os fatores críticos de sucesso, foco de atenção da gestão, e assim define os objetivos e metas com mais precisão e coerência.

### **3.4 Objetivos e metas**

Os objetivos podem ser definidos como os aspectos concretos que a organização deverá alcançar para seguir a estratégia estabelecida. Servem para mostrar aquilo que podemos esperar da organização e balizar os planejamentos.

Já as metas são valores definidos dos objetivos a serem alcançados ao longo do tempo. Pode também ser conceituada como a decomposição de objetivos e deve representar resultados a serem alcançados em cada período de planejamento.

### **3.5 Definição da estratégia**

A estratégia de negócio indica como a empresa pretende alcançar seus objetivos e metas.

A estrutura de uma organização reflete as alterações na sua estratégia.

A adoção de estratégias para uma empresa normalmente combina vários, inclusive podendo usar diferentes estratégias para distintos segmentos da empresa.

Principais tipos de estratégia: de liquidação, de diversificação, de concentração, de retração, de inovação, etc.

## **CAPÍTULO IV**

### **O PLANO DE NEGÓCIOS**

#### **4.1 Conceito**

Não se pode falar em empreendedorismo sem falar no termo Plano de Negócios (business plan, em inglês), pois este é peça importante do processo empreendedor. É a chave do sucesso para muitos empreendedores.

O Plano de Negócios “é uma ferramenta indispensável no planejamento de novas empresas, possibilitando ao empreendedor compreender o processo de criação e implantação de seu negócio”.(DORNELAS, 2001, p. 112).

#### **4.2 Importância**

O que se espera dessa ferramenta de gestão é que seja uma ferramenta para o empreendedor expor suas idéias em uma linguagem que qualquer leitor do plano de negócios entenda. Ele se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de novas empresas.

#### **4.3 Por que escrever um plano de negócios**

Escreve-se um plano de negócios para que a empresa venha a lucrar mais, pois fazendo um planejamento adequado para suas atividades é possível “entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio; gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas; [...] conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, SEBRAE, investidores, capitalistas de risco etc. [...]” (Ibid., p. 97).

#### **4.4 Objetivos**

O plano de negócios é utilizado com três objetivos básicos: captação de recursos, ferramenta de gestão e medição de resultados.

O primeiro objetivo é muito importante, pois a necessidade de captar recursos traz o sucesso de muitos empreendimentos e o plano de negócios, com este objetivo, se torna bastante útil, sendo muitas vezes até decisivo.

O segundo objetivo é peça fundamental no planejamento estratégico e para a sua sobrevivência, pois avalia-se através dele várias oportunidades que podem ser exploradas como o mercado, a concorrência, a estratégia da empresa, entre outras.

O terceiro objetivo é bastante útil, pois serve de base para comparações de resultados, também pode ser utilizado para verificar se os objetivos e metas do empreendimento foram alcançados de acordo com o que foi planejado.

#### **4.5 Público-alvo**

O público-alvo de plano de negócios muitas vezes é confundido, pois muitos pensam que podem ser investidores e bancos, mas estão enganados. Existem vários públicos-alvo, abaixo citaremos alguns exemplos:

- mantenedores das incubadoras (SEBRAE, universidades, governo, etc.);
- parceiros;
- fornecedores;
- clientes;
- sócios.

#### **4.6 Estrutura**

Existem várias estruturas de planos de negócios, elas procuram mostrar ao empreendedor que não existe um padrão universal ou formato de plano de negócios que se adeque a todo tipo de negócio. Qualquer plano de negócios deve ter um mínimo de seções que darão um entendimento ao leitor da organização da empresa, seus objetivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e seu plano financeiro.

Cada empresa precisa de um formato próprio, elaborado para se adequar às suas necessidades. Porém, existem atualmente vários tipos de pacotes de software que já são utilizados por muitas empresas para a elaboração de seus planos de negócios.

## CAPÍTULO V

### ESTUDO DO PLANO FINANCEIRO

Para muitos empreendedores a parte financeira é a mais difícil do Plano de Negócios, pois exige especial atenção com os cálculos que refletem em números tudo o que foi escrito nas outras seções do plano.

Os principais demonstrativos financeiros que devem ser apresentados em um Plano de Negócios são: Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado do Exercício e Fluxo de Caixa, todos projetados. Por meio deles é possível fazer uma análise de viabilidade do negócio e o retorno financeiro. Geralmente se usam, para essas análises, os métodos de análise do ponto de equilíbrio, prazo de payback, TIR (Taxa Interna de Retorno) e VPL (Valor Presente Líquido).

#### 5.1 Balanço Patrimonial

Segundo Ribeiro (1999, p. 334) o Balanço Patrimonial “é a demonstração destinada a evidenciar, resumidamente, o Patrimônio da entidade, quantitativa e qualitativamente”.

No Balanço Patrimonial estão evidenciados todos os Bens e Direitos, tangíveis (materiais) e intangíveis (imateriais), as obrigações e o Patrimônio Líquido (recursos dos proprietários aplicados na empresa) que são levantados a partir dos resultados contábeis do Livro Razão da entidade.

O Balanço Patrimonial constitui-se de duas colunas, a do ativo e a do passivo e patrimônio líquido.

Abaixo a representação do Balanço Patrimonial e seus elementos:

#### BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO	PASSIVO
CIRCULANTE REALIZÁVEL A LONGO PRAZO PERMANENTE - Investimentos - Imobilizado - Diferido	CIRCULANTE EXIGÍVEL A LONGO PRAZO RESULTADO DE EXERCÍCIOS FUTUROS PATRIMÔNIO LÍQUIDO

## 5.2 Demonstração do Resultado do Exercício

A Demonstração do Resultado do Exercício apresenta, de forma resumida, as operações realizadas pela empresa, durante o exercício social, demonstradas de forma a destacar o RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO.

Abaixo o modelo de uma DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO:

Receita Operacional Bruta

(-) Deduções e Abatimentos

(=) Receita Operacional Líquida

(-) Custos Operacionais

(=) Lucro Operacional Bruto

(-) Despesas Operacionais

(+) Outras Receitas Operacionais

(=) Lucro (Prejuízo) Operacional

(+) Receitas não-operacionais

(-) Despesas não-operacionais

(=) Resultado do Exercício antes da Contribuição Social

(-) Provisão para Contribuição Social

(=) Resultado do Exercício antes do Imposto de Renda

(-) Provisão para o Imposto de Renda

(=) Resultado do Exercício após o Imposto de Renda

(-) Participações

(=) Lucro Líquido do Exercício

## 5.3 Fluxo de Caixa

Para efeito de Plano de Negócios, a demonstração do Fluxo de Caixa, é o mais importante instrumento de análise da viabilidade do negócio.

A Demonstração do Resultado do Exercício considera receitas e despesas que não representam naquele momento uma entrada ou saída de caixa (depreciação, impostos a pagar, etc.) já o Fluxo de Caixa é diferente, pois mostra exatamente a projeção de entradas, saídas e disponibilidade real de caixa para diversos períodos ao longo do tempo.

O Fluxo de Caixa é “[...] uma ferramenta estratégica que auxilia o empreendedor no gerenciamento e no planejamento das ações que serão tomadas no dia-a-dia e no futuro da empresa”. (DORNELAS, 2001, p. 167).

Abaixo uma estrutura de um Fluxo de Caixa mensal, projetado para 12 meses:

#### FLUXO DE CAIXA MENSAL PROJETADO

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN ...	DEZ	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>								
Receitas à vista								
Receitas à prazo								
<b>Faturamento</b>								
<b>PAGAMENTOS</b>								
<b>Custos/Desp. Var.</b>								
Compras à vista								
Compras à prazo								
Comissão								
<b>Custos fixos</b>								
Salários								
Desp. Contador								
Desp. Bancárias								
Outras Despesas								
<b>Custo Total</b>								
<b>SALDO DE CAIXA</b>								

#### 5.4 Ponto de Equilíbrio

A análise do Ponto de Equilíbrio é feita levando em consideração os aspectos financeiros, ela serve para a avaliação de desempenho, para certas decisões de investimentos, para planejamento e para outras decisões de curto prazo.

O Ponto de Equilíbrio acontece quando a receita proveniente das vendas equivale à soma dos custos fixos e variáveis. Neste patamar não há lucro nem prejuízo.

$$PE = (\text{custos fixos totais} / \text{Margem de Contribuição}) \times \text{Receita onde Margem de Contribuição} \\ = \text{Receita} - \text{Custos variáveis}$$

então:

Custo fixo

$$PE = \frac{\text{Custo fixo}}{\text{Margem de Contribuição}} \times \text{Receita}$$

$$1 - (\text{Custo Variável} / \text{Receita Total})$$

O Ponto de Equilíbrio em quantidade de produtos obtêm-se dividindo o resultado anterior pelo preço de venda unitário do produto.

## **5.5 Indicadores de Avaliação de Negócios**

### **5.5.1 Valor Presente Líquido (VPL)**

É o valor atual dos resultados de uma série de períodos de fluxo de caixa menos o investimento inicial. Para se chegar ao valor atual, utiliza-se uma taxa de desconto que diminui o valor dos resultados proporcionalmente ao tempo que esse evento vá ocorrer. Essa taxa é baseada nos juros praticados pela economia e no grau de risco do mercado em que se está atuando.

### **5.5.2 Prazo de Payback**

O payback é muito interessante pois mostra o tempo que o projeto vai levar para retornar todo o investimento realizado. Basicamente o payback ocorre no momento em que o saldo de caixa acumulado, deixar de ser negativo, ou seja, o total de recursos que retornou se iguala ao total de recursos que foi investido.

Quando se faz uma análise do payback, é importante observar que quanto maior o payback é pior para a empresa, pois enquanto o seu investimento não retornar, estará passível de perda por estar exposto aos riscos do mercado.

### **5.5.3 Taxa Interna de Retorno (TIR)**

Utilizando-se os resultados obtidos da série de períodos do fluxo de caixa, calcula-se qual seria a taxa que iguala esses resultados ao investimento inicial. Essa taxa é então comparada a outros investimentos disponíveis no mercado. Por exemplo, se a TIR encontrada para um investimento foi de 15% ao ano, este não é um investimento aconselhável, uma vez que pode-se obter um resultado próximo a isso fazendo uma aplicação em renda fixa, com risco próximo de zero. Já uma TIR de 50% ao ano, por exemplo, seria uma boa taxa, pois estaria acima da taxa mínima esperada de um investimento, isso trabalhando-se com uma taxa de desconto de 36%.

## CAPÍTULO VI

### ESTUDO DE CASO: APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIO DA FÁBRICA DE PICOLÉ BOM GOSTO LTDA.

Este é um estudo da viabilidade de um empreendimento na produção de picolés para pessoas dos mais variados credos, gostos, raças e idades, feitos basicamente de frutas genuinamente paraense.

O negócio consiste em oferecer aos clientes produtos da mais alta qualidade.

Em termos de resultados, o plano de negócios para a fábrica BOM GOSTO LTDA. visará demonstrar o quanto será necessário para iniciar o empreendimento e a viabilidade do retorno do capital que será investido. Com isto a pretensão da referida empresa é consolidar-se no mercado de venda de picolés, além de ter um objetivo de construir uma imagem junto aos seus clientes, de uma empresa preocupada com a qualidade de seus produtos, qualidade no atendimento e preços acessíveis, com o intuito de conquistar o público-alvo, para conseqüentemente expandir os seus negócios.

#### **6.1 Sumário Executivo**

Este plano de negócios foi desenvolvido para auxiliar o empresário na tomada de decisão de iniciar um empreendimento no setor da indústria.

A empresa denominada BOM GOSTO LTDA. está em fase inicial de planejamento e pretende oferecer picolés a preços competitivos e acessíveis aos clientes que pretendem revendê-los.

O negócio consistirá em oferecer ao cliente a possibilidade de adquirir picolés a baixo custo, se for comparado a outros mais conhecidos.

O segmento de mercado que a citada empresa visa alcançar, primeiramente, são os vendedores autônomos (distribuidores), que devem ser os primeiros conhecedores de nosso produto, eles são os potenciais clientes para a fase de expansão da empresa e oferecem os produtos comprados na BOM GOSTO LTDA. aos nossos consumidores que são os moradores dos municípios de Santo Antônio do Tauá, Santa Isabel do Pará, Vigia, Penhalonga, São Caetano de Odívelas, Colares e proximidades, bem como alunos de escolas, trabalhadores, transeuntes, veranistas, funcionários de repartições públicas, jogadores de futebol, etc.

Com base nas projeções financeiras a Empresa terá o retorno do capital investido no primeiro ano de operação.

## 6.2 Descrição Geral do Negócio

### 6.2.1 Descrição do Negócio

A implantação da Fábrica de Picolé Bom Gosto Ltda, visa a fabricação de picolé com frutas regionais como: tapereba, muruci, cupuaçu, bacuri, graviola, açaí, uxi e manga, cujo fim principal será o fornecimento de picolé de excelente qualidade e preço para os municípios de Santo Antônio do Tauá, Vigia, São Caetano de Odivelas, Colares e regiões próximas.

### ELEMENTOS NECESSÁRIOS

Demonstração dos elementos iniciais para estruturar o empreendimento, no sentido de adequar a Fábrica Bom Gosto Ltda. para o seu funcionamento.

ELEMENTOS	QUANTIDADE
Freezer	10
Máquinas de congelamento	05
Máquinas registradoras	02
Impressora	01
Microcomputador	03
Balcão	02
Isopor	100
Software de estoque	01
Software de Cupom Fiscal	01
Linhas telefônicas	03
Mesas	04
Cadeiras	02

A Fábrica de Picolé BOM GOSTO LTDA. está situada à Avenida Senador Lemos nº 3662, pretende iniciar suas atividades no mês de julho de 2005.

### QUADRO SOCIETÁRIO

SÓCIOS	EM %	EM REAIS
ANÉZIA EUGENIA DOS SANTOS OLIVEIRA	50%	30.000,00
DEBORA SILVEIRA BRITO	50%	30.000,00

A direção da fábrica é constituída de duas sócias, fundadoras da empresa, Anézia Eugênia Oliveira, telefone: 37841885, e-mail: anéziaeugenia@ig.com.br, profissão: contadora e Débora Brito, telefone: 37751342, e-mail: debbrito@ig.com.br, profissão: contadora, sendo que a responsabilidade da gerência comercial fica com a primeira sócia e a responsabilidade da gerência financeira e industrial fica com a segunda sócia.

Além das duas sócias trabalham também na fábrica mais dois funcionários.

Os interessados em solicitar informações da fábrica devem fazê-lo pelo telefone 37751342, que é de nossa sócia Débora Brito ou através do e-mail: debbrito@ig.com.br.

Esta fábrica trabalha com os seguintes sistemas de trabalho: encomenda das sorveterias e abastecimento dos vendedores autônomos (distribuidores).

### 6.2.2 Descrição dos Produtos

Nossa empresa fabrica picolés de várias frutas. Os sabores variam, pois eles são feitos de frutas genuinamente paraense como o açaí, bacuri, cupuaçu, graviola, manga, muruci, tapereba e uxi, os picolés são bem consistentes, aproveitando-se o melhor da fruta, puros, para agradar ao mais refinado paladar.

A embalagem de nossos produtos é colorida, de papel grosso, forte.

Nossos fornecedores da matéria-prima são de Santo Antônio do Tauá e regiões próximas.

Os benefícios que nossos produtos trazem estão relacionados à satisfação de nossa clientela.

### 6.2.3 Mercado

O mercado de venda de picolés, é bastante promissor, pois quem não gostaria de saborear um, principalmente em nossa região onde faz bastante calor.

Decidiu-se por fabricar picolés em Santo Antônio do Tauá porque é um local onde não há, num raio de 2 km, quem venda este produto. Com isso a possibilidade do negócio dar certo é bem grande.

Então, visando atingir uma clientela que não tinha picolés para saborear e amenizar o calor, achamos que este é mais um ponto a nosso favor.

Sendo os fornecedores da própria região para nós isto é bastante viável.

*Análise SWOT do empreendimento:***Análise Interna**

Forças	Fraquezas
* Fazer o picolé com frutas regionais, conservando a pureza da fruta	* Entressafra da fruta, faz com que o preço da polpa aumente com isso o retorno financeiro diminui.
* Intensa procura do produto em dias de temperatura alta.	

**Análise Externa**

Oportunidades	Ameaças
* Com uma boa divulgação aumentar a clientela, por sermos os pioneiros na região.	* Mudança de hábito da clientela.
* Devido a ausência de concorrentes que tenham um produto da mesma qualidade.	* Mudança do clima, pois no inverno as vendas tendem a cair.

**6.2.4 Estratégia de Marketing**

O Público-alvo da Fábrica de Picolé BOM GOSTO LTDA. é o consumidor que sabe o que quer comprar, que aprecia o bom sabor.

Nossos clientes, primeiramente, serão os vendedores autônomos (distribuidores) de nosso produto, mas não vamos deixar de atender em nosso balcão os consumidores: alunos de escolas, veranistas (no período próprio), trabalhadores, transeuntes, funcionários de repartições públicas, moradores dos outros municípios e jogadores de futebol de um campo que fica às proximidades de nossa fábrica.

A nossa empresa trabalhará com venda direta e indireta, as vendas indiretas serão com os vendedores autônomos (distribuidores), também aceitaremos encomendas de sorveterias, as vendas diretas serão em nossa loja física (balcão), cara-a-cara com o consumidor, pessoas adultas, estudantes, crianças, pois é um local de fácil acesso e bastante seguro.

### 6.2.5 Concorrência

A Fábrica de Picolé BOM GOSTO LTDA. está inserida num mercado em que a demanda é bem grande e onde atuam empresas de pequeno e médio porte.

A concorrência encontra-se afastada da fábrica e assim temos um ponto a nosso favor.

### 6.2.6 Estrutura Organizacional e Legal

A Fábrica de Picolé tem nome fantasia de Picolé BOM GOSTO LTDA., porém sua razão social será Fábrica de Picolé BOM GOSTO LTDA.

Para poder abrir o empreendimento passa-se pelos seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria da Fazenda Estadual e
- Registro na Prefeitura do Município.

O empreendedor deverá procurar a Prefeitura do Município onde irá montar seu negócio para solicitar informações quanto às instalações físicas de sua empresa bem como quanto ao Alvará de Funcionamento.

### 6.2.7 Localização

A Fábrica de Picolé BOM GOSTO LTDA. está localizada na Avenida Senador Lemos nº 3662 em Santo Antônio do Tauá, instalada em um imóvel de 40 m². Espaço que foi escolhido pela facilidade de acesso, boas condições de segurança, qualidade das instalações, completa infra-estrutura e proximidade dos clientes.

## 6.3 Dados Financeiros

### 6.3.1 Fontes de Recursos Financeiros

Os recursos financeiros necessários na fase inicial do empreendimento serão provenientes de capitais dos sócios.

### 6.3.2 Investimentos necessários

## PLANO DE INVESTIMENTO

<b>Investimento Inicial</b>	<b>R\$ 60.000,00</b>
-----------------------------	----------------------

Descrição	Unid	R\$	Total
Disponibilidade Inicial			R\$ 11.915,05
Estoque inicial			R\$ 5.994,95
Microcomputador	3	1.900,00	R\$ 5.700,00
Impressora Jato de tinta	1		R\$ 500,00
Cadeiras	2	150,00	R\$ 300,00
Mesas	4	120,00	R\$ 480,00
Máquinas de congelamento	5	3.000,00	R\$ 15.000,00
Máquinas registradoras	2	250,00	R\$ 500,00
Balcão	2	300,00	R\$ 600,00
Isopor (60 lts.)	100	50,00	R\$ 5.000,00
Software de estoque	1		R\$ 300,00
Software de cupom fiscal	1		R\$ 300,00
Linhas telefônicas	3	70,00	R\$ 210,00
Freezer	10	1.200,00	R\$ 12.000,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 58.800,00</b>

<b>Despesas Pré Operacionais</b>		<b>R\$ 1.200,00</b>
Honorários do contador e advogado		R\$ 700,00
Legalização da empresa		R\$ 500,00

<b>Custos Variáveis</b>	Quant.	Unid.	<b>R\$ 2.881,00</b>
Programa de Orçamento			R\$ 380,00
Embalagem	20000	R\$ 0,02	R\$ 400,00
Cartucho Preto	1		R\$ 100,00
Cartucho Colorido	1		R\$ 106,00
Frete	1		R\$ 160,00
Formulário Contínuo	1		R\$ 100,00
<b>Polpa de Frutas</b>			<b>R\$ 1.038,00</b>
Emulsificante	400 med.	R\$ 0,40	R\$ 160,00
Pó de liga	4 kg	R\$ 30,00	R\$ 120,00
Leite	70 kg	R\$ 1,50	R\$ 105,00
Açúcar	200 kg	R\$ 1,06	R\$ 212,00
<b>Custos Fixos</b>			<b>R\$ 3.113,95</b>
Provedor de internet			R\$ 101,00
Água			R\$ 200,00
Energia Elétrica			R\$ 1.600,00
Telefone			R\$ 490,00
Aluguel			R\$ 400,00
Funcionários			R\$ 322,95
<b>Custo Variável Total</b>			<b>R\$ 2.881,00</b>
<b>Custo Fixo Total</b>			<b>R\$ 3.113,95</b>
<b>CUSTO TOTAL</b>			<b>R\$ 5.994,95</b>
<b>DESPESAS</b>			<b>R\$ 1.876,50</b>
Combustível			R\$ 300,00
Material de expediente			R\$ 500,00
Funcionários			R\$ 1.076,50

### 6.3.3 Balanço Patrimonial

#### BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL

ATIVO		PASSIVO	
<b>Circulante</b>	<b>R\$ 17.910,00</b>	<b>Circulante</b>	
<i>Disponível</i>	R\$ 11.915,05		
Caixa	R\$ 11.915,05		
Bancos Conta Movimento			
<i>Estoque</i>			
Matérias-primas e materiais diversos	R\$ 5.994,95		
<b>Permanente</b>	<b>R\$ 42.090,00</b>	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 60.000,00</b>
<i>Ativo Imobilizado</i>	<i>R\$ 40.890,00</i>		
Móveis e Utensílios	R\$ 6.380,00	Capital	R\$ 60.000,00
Programas de informatização	R\$ 600,00		
Máquinas e Equipamentos industriais	R\$ 27.500,00		
Computadores e Acessórios	R\$ 6.410,00		
(-) Depreciação Acumulada			
<i>Ativo Diferido</i>	<i>R\$ 1.200,00</i>		
Despesas de Organização	R\$ 1.200,00		
(-) Amortização Acumulada			
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>R\$ 60.000,00</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>R\$ 60.000,00</b>

O Balanço Patrimonial Inicial foi projetado a partir do Plano de investimento, onde foi orçado, a preço de mercado, a matéria-prima para elaborar o produto, como também, os móveis e utensílios, computadores e acessórios e as despesas de organização necessárias para estruturar o início do empreendimento.

### 6.3.4 Demonstração do Resultado do Exercício

Para elaborar a projeção da Demonstração do Resultado do Exercício dos primeiros anos de atividade da empresa, considerou-se acréscimo de 20% no volume de vendas a cada ano e também, Índice Geral de Preço de Mercado (IGPM) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), acumulado em 12% no Ano 1 de operação da empresa, para corrigir os custos e despesas variáveis da produção dos produtos a cada ano.

O preço de venda dos produtos foi calculado com Margem de Lucro de 40% no primeiro ano, acompanhando o preço de mercado em todos os anos, ainda assim, ficou abaixo do preço praticado pelo mercado, que é em média R\$ 1,00.

Produtos - picolés de sabores:	Vendas em Unid.	Preço de venda
		ANO 1
Muruci	<b>1800</b>	R\$ 0,6462
Bacuri	<b>3000</b>	R\$ 0,82
Graviola	<b>2500</b>	R\$ 0,80
Açaí	<b>3500</b>	R\$ 0,66
Manga	<b>2100</b>	R\$ 0,79
Tapereba	<b>1750</b>	R\$ 0,57
Uxi	<b>1850</b>	R\$ 0,56
Cupuaçu	<b>3500</b>	R\$ 0,90
<b>TOTAL</b>	<b>20000</b>	

### DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

	MÊS 1
<b>Receita Bruta</b>	<b>14.794,47</b>
(-) Deduções	(2.515,06)
ICMS	
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>12.279,41</b>
<b>Custos Operacionais</b>	
(-) Custos do Período	(3.247,67)
Custos dos Produtos Vendidos	
<b>Lucro Operacional Bruto</b>	<b>9.031,74</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	
(-) Despesas	(1.076,50)
<b>Lucro Operacional</b>	<b>7.955,24</b>
<b>(+/-) Rec./Desp. não Operacionais</b>	
Lucro antes do Imposto de Renda	7.955,24
(-) Imposto de Renda	(1.193,29)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>6.761,95</b>

### 6.3.5 Projeção do Fluxo de Caixa

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>Caixa Inicial</b>					
<b>RECEBIMENTOS</b>					
<b>Faturamento</b>	<b>177.533,60</b>	<b>213.040,32</b>	<b>255.648,39</b>	<b>306.778,07</b>	<b>368.133,68</b>
Receitas à vista					
<b>PAGAMENTOS</b>					
<b>Custos/Desp.Variáveis</b>	<b>33.186,00</b>	<b>37.168,32</b>	<b>41.628,52</b>	<b>46.623,94</b>	<b>52.218,81</b>
Prog. de orçamento					
Embalagem					
Cartucho preto					
Cartucho colorido					
Frete					
Formulário contínuo					
Polpa de frutas					
Emulsificante					
Pó de liga					
Leite					
Açúcar					
<b>Custos Fixos</b>	<b>59.885,40</b>	<b>67.071,65</b>	<b>75.120,25</b>	<b>84.134,68</b>	<b>94.230,84</b>
Provedor de internet					
Água					
Energia elétrica					
Telefone					
Aluguel					
Funcionários					
Combustível					
Mat. de expediente					
<b>Custo Total</b>	<b>93.071,40</b>	<b>104.239,97</b>	<b>116.748,76</b>	<b>130.758,62</b>	<b>146.449,65</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>84.462,20</b>	<b>108.800,36</b>	<b>138.899,62</b>	<b>176.019,45</b>	<b>221.684,03</b>

### 6.3.6 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio é um momento que a produção de receitas se igualam aos custos e despesas totais estando correspondidas desta forma:

<b>Sabores</b>	<b>Unidades vendidas</b>	<b>Valor</b>
<b>Muruci</b>	<b>535</b>	<b>R\$ 345,79</b>
<b>Bacuri</b>	<b>747</b>	<b>R\$ 615,84</b>
<b>Graviola</b>	<b>637</b>	<b>R\$ 509,31</b>
<b>Açai</b>	<b>1.029</b>	<b>R\$ 675,22</b>
<b>Manga</b>	<b>539</b>	<b>R\$ 426,69</b>
<b>Tapereba</b>	<b>564</b>	<b>R\$ 324,22</b>
<b>Uxi</b>	<b>604</b>	<b>R\$ 340,54</b>
<b>Cupuacu</b>	<b>815</b>	<b>R\$ 733,91</b>

Então, isto significa que, para a empresa gerar valor suficiente para cobrir seus custos e despesas totais terá que vender 535 unidades de picolé de sabor muruci e só a partir da 536 unidade vendida de muruci, 748 de bacuri, 638 de graviola, 1.030 de açaí, 540 de manga, 565 de tapereba, 605 de uxi, 816 de cupuaçu, como se observa no quadro acima, é que começara a formar seu lucro.

### 6.3.7 Análise de Indicadores de Avaliação de Negócios

#### Indicadores de rentabilidade

	TAXA DE RETORNO AO ANO (%)	RETORNO DO CAPITAL INVESTIDO – PAYBACK EM ANOS
ANO 1	151	0,66
ANO 2	194	0,52
ANO 3	246	0,41
ANO 4	310	0,32
ANO 5	389	0,26

**VPL = R\$ 304.432,56**

**TIR = 175%**

Cabe neste momento do estudo fazer uma análise de viabilidade do projeto da Fábrica de Picolé Bom Gosto Ltda., conforme observou-se nos quadros acima com as projeções feitas para os cinco anos o Valor Presente Líquido (VPL) do valor investido (60.000,00) corresponderá a 304.432,56 decorridos cinco anos significando que este investimento, economicamente, é muito atrativo. Já a Taxa Interna de Retorno (TIR) é uma taxa que torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor presente das saídas de caixa do projeto, em nosso caso a TIR foi igual a 175% mostrando que o investimento é economicamente viável.

## **CONCLUSÃO**

Este trabalho nos deu a oportunidade de colocar em prática alguns conhecimentos dados em sala de aula no decorrer do curso de CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

É importante que o profissional esteja atento às dificuldades que surgirão em sua vida profissional, pois este precisa entender de assuntos diversos.

Para que se possa desempenhar as atividades profissionais com qualidade, eficiência e eficácia, é necessário que o profissional tenha muita dedicação e esteja sempre em busca de novos conhecimentos.

Este estudo, que demonstra como elaborar um Plano de Negócios, pretende alertar os futuros contadores de como é importante elaborá-lo e mostrar também que eles são analistas da situação financeira de uma empresa.

Portanto, é importante enfatizar que o Contador, como um profissional da alta gestão, pode participar do processo decisório da empresa e é peça fundamental para a predição, avaliação e tomada de decisão de qualquer negócio.

## BIBLIOGRAFIA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

\_\_\_\_\_. **NBR 10520**: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

\_\_\_\_\_. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003. 189 p.

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**. 2004. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2004.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 299 p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996. 159 p.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1996. 381 p.

MELO, Jacenilson Mota. **Como elaborar projetos de pesquisa e monografia**. Belém: UFPA, 1997. 17 p.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade geral fácil**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1999. 475 p.

SALIM, César Simões et al. **Construindo planos de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso**. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 238 p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Centro Sócio-Econômico. Colegiado do Curso de Ciências Contábeis. **Normas Regulamentadoras para a apresentação dos trabalhos de conclusão de curso, no âmbito do Curso de Contabilidade**. Disponível em: <<http://www.peritocontador.com.br/heber/TccNormas.doc>>. Acesso em: 14 abr. 2005.

\_\_\_\_\_. **Roteiro para elaboração do Projeto de Pesquisa**. Disponível em: <<http://www.peritocontador.com.br/heber/TccProjPesq.doc>>. Acesso em: 14 abr. 2005.

\_\_\_\_\_. **Roteiro para elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso - TCC**. Disponível em: <<http://www.peritocontador.com.br/heber/TccRoteiro.doc>>. Acesso em: 14 abr. 2005.