



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

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Sociedade Empresária Limitada Distribuidora de Bebidas, na categoria Empresa de Pequeno Porte, localizada em Castanhal, sob a ótica do plano de negócios.

Djanira da Silva Santos 04117002601
Jennyfer dos Santos Ramos 04117000201



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

Djanira da Silva Santos 04117002601
Jennyfer dos Santos Ramos 04117000201

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Sociedade Empresária Limitada Distribuidora de Bebidas, na categoria Empresa de Pequeno Porte, localizada em Castanhal, sob a ótica do plano de negócios.

Trabalho de Conclusão de Disciplina apresentado para obtenção de aprovação na disciplina Administração Financeira e Orçamento Empresarial

Professor Orientador: Heber Lavor Moreira

Aprovação em: _____

Conceito: _____

BELÉM
Junho-2008

RESUMO

Este trabalho visa destacar a importância do estudo da viabilidade econômico-financeira através do Plano de Negócios, como peça fundamental para a tomada de decisões além de possibilitar uma visão das oportunidades e riscos que o empreendimento oferece, pois é uma das mais eficazes ferramentas de gestão para visualização das possibilidades de êxito ou de fracasso do negócio.

Através da elaboração de um plano de negócios se adquire conhecimentos suficientes sobre o tipo de negócio que está sendo ofertado como qual o objetivo que se planeja alcançar, quais os clientes que se pretende atingir, quais os preços de mercado, quem são os concorrentes, quais são os recursos financeiros disponíveis, tudo isso resulta em um melhor gerenciamento das operações e otimização dos resultados.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1 – Título do Estudo	6
2 – Objetivos do Estudo	6
2.1 – A Importância do Estudo	Erro! Indicador não definido.
2.3 – O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas	6
2.4 – Delimitação do Estudo	6
2.5 – A Organização do Estudo	6
3 – Justificativa	Erro! Indicador não definido.
4 – Metodologia do Estudo	7
5 – Bibliografia	7
1. CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO	8
1.1 RAMO DE ATIVIDADE	8
1.2 RECURSOS NECESSÁRIOS	8
1.3 PONTOS FORTES E FRACOS	8
1.4 BENEFÍCIOS ESPERADOS	8
1.5 LOCALIZAÇÃO	8
2. ANÁLISE DO MERCADO	8
2.1 MERCADOS	8
2.2 PROPAGANDA	8
2.4 CONCORRÊNCIA	9
2.5 PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE VENDAS	9
2.6 DEFINIÇÃO DE PREÇO	9
3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	10
3.1 OPORTUNIDADES DE MERCADO	10
3.2 FATORES CHAVES PARA O CRESCIMENTO	10
4 ADMINISTRADORES DA EMPRESA	10
4.1 IDENTIFICAÇÃO E FUNÇÃO DOS SÓCIOS – CAPITAL SOCIAL	10
4.2 PESSOAL	11
5 DADOS FINANCEIROS	11
5.1 INVESTIMENTO INICIAL	11
5.2 BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA	11
5.3 QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS	12
5.4 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	13
5.5 PONTO DE EQUILÍBRIO	13
5.6 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	14
5.7 FLUXO DE CAIXA	14
5.7.1 Projeção de Vendas	14
5.8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO - VPL	15
5.8.1 Taxa Interna de Retorno – TIR	16
5.8.2 Período de Payback ou Tempo de Retorno de Investimento	16
5.8.3 Balanço Patrimonial Final	17

INTRODUÇÃO

O número de empresas existentes no país aumentou consideravelmente nos últimos anos, assim como muitas dessas empresas não completam ou irão completar seis meses de atividade, pois o desejo de abrir uma empresa e a escolha do tipo de atividade é apenas o começo de um longo processo, antes de se lançar no mercado como empresário. Para se verificar a viabilidade financeira do negócio é necessário um bom planejamento, para assegurar a eficácia empresarial, que apontará os investimentos a serem efetuados e o retorno do capital investido, através de uma previsão de vendas e, conseqüentemente, de despesas e de receitas ao longo dos primeiros meses de vida.

O sucesso de qualquer empresa depende de várias decisões, que devem ser tomadas antes do início de suas atividades. Para fundamentar essas decisões será necessário um PLANO DE NEGÓCIOS, a fim de aprimorar as idéias do novo negócio e a melhor opção na tomada de decisões, pois todo negócio oferece riscos e a empresa deve prevenir-se contra eles.

Este trabalho visa orientar, quanto ao desenvolvimento e planejamento de uma distribuidora de bebidas, que trabalhará apenas por atacado, mostrando a viabilidade econômica de empreendimento com base no plano de negócios e que para ser ter sucesso em um empreendimento não é necessário apenas recursos financeiros e disposição para gerenciá-lo. É preciso saber se o empreendimento é viável economicamente, através de um plano de negócios para que a empresa tenha continuidade.

1 – Título do Estudo

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Sociedade Empresária Limitada Distribuidora de Bebidas, na categoria Empresa de Pequeno Porte, localizada em Castanhal, sob a ótica do plano de negócios.

2 – Objetivos do Estudo

2.1 – A Importância do Estudo.

Devemos reconhecer primeiramente que o planejamento tem forte influência pela própria filosofia da empresa e por seu modelo de gestão, tendo a preocupação de que decisões tomadas no presente terão efeitos futuros e serão consideradas para as etapas seguintes. O estudo mostra que conhecimentos aprofundados acerca das distribuidoras de bebidas (mercado consumidor, fornecedores, marketing, etc.) são essenciais para o ramo.

O plano de negócios mostrará a viabilidade financeira do empreendimento, sua melhor forma de gerenciamento, se irá produzir resultados futuros desejáveis, evitando ações inadequadas e reduzindo a frequência de insucessos.

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

Elaborar e utilizar o plano de negócios para que as decisões tomadas assegurem a eficácia empresarial, evitando fracassos.

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

Mostrar a importância de se elaborar um plano de negócios antes de se abrir uma empresa, quais as oportunidades e riscos para o ramo da atividade escolhida.

2.4 – Delimitação do Estudo.

Este estudo mostrará a pesquisa e elaboração de um plano de negócios de uma distribuidora de bebidas por atacado, localizada na cidade de Castanhal, especificando qual a viabilidade financeira do negócio.

2.5 – A Organização do Estudo.

Neste estudo constará

- a) Capa
- b) Folha de Rosto
- c) Epígrafe
- d) Agradecimentos
- e) Resumo
- f) Sumário

- g) Conteúdo do Estudo
- h) Anexos
- i) Bibliografia

3 – Justificativa

Verifica-se atualmente um crescimento muito grande de constituição de empresas que não conseguem se manterem no mercado e logo encerram suas atividades. Na maioria das vezes isso ocorre devido à falta de um plano de negócios, pois o empresário pensa que basta ter capital para sua empresa ter continuidade. Uma pesquisa de mercado é muito importante para verificar a viabilidade financeira do negócio.

4 – Metodologia do Estudo

Tipos de pesquisa.

Quanto as fonte de informação

O estudo será desenvolvido partindo das aulas do professor orientador.

A pesquisa será feita nos acervos da Universidade Federal do Pará e em outras instituições de ensino superior de Belém, internet, etc.

A pesquisa de campo será obtida por meio de entrevistas com donos de distribuidoras de bebidas.

5 – Bibliografia

MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custos*. São Paulo: Atlas 2006

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Contabilidade*. Ed. Saraiva 2003

NOME DA EMPRESA: DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS “AMIGOS DO PEITO” LTDA.**1. CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.****1.1 RAMO DE ATIVIDADE**

Sociedade Empresária Limitada, na categoria de empresa de pequeno porte. O ramo de atividade será distribuição de bebidas no atacado.

1.2 RECURSOS NECESSÁRIOS

Capital totalmente integralizado no valor de R\$ 50.000,00 (Cinqüenta mil reais), proveniente de recursos próprios em dinheiro dos sócios no valor de R\$ 25.000,00 (Vinte e cinco mil reais) mais um Veículo modelo Pampa no valor de R\$ 25.000,00 (Vinte e cinco mil reais).

1.3 PONTOS FORTES E FRACOS

É necessário identificar os pontos fortes a fim de aprimorá-los e os pontos fracos para amenizá-los ou extingui-los:

- Pontos fortes: boa localização em área comercial, contrato de exclusividade com a empresa Schincariol, que nos fornecerá os produtos a um bom preço de custo e com frete gratuito.
- Pontos fracos: a concorrência, que pode ser estimulante ao invés de ameaçadora, se devidamente pesquisada e analisada.

1.4 BENEFÍCIOS ESPERADOS

- Solidificação da distribuidora para que se torne uma referência no mercado de bebidas em Castanhal.
- Sucesso nas vendas o que possibilitará o retorno do capital investido.
- Reconhecimento do público.
- Lucratividade, visto que esse é o objetivo de todo empresário.

1.5 LOCALIZAÇÃO

A loja está localizada no centro comercial da cidade de Castanhal, situada na Avenida Presidente Vargas, nº1124, uma região que apresenta um bom fluxo de pessoas e próxima de diversas empresas.

2. ANÁLISE DO MERCADO**2.1 MERCADOS**

As distribuidoras de bebidas têm como consumidores potenciais pessoas físicas e varejistas que compram em grande quantidade. Cada tipo de cliente demanda de um tratamento específico por parte do distribuidor. Pretende-se atender um número máximo de consumidores, de todas as classes sociais e tipos de empresas; onde a comercialização de produtos de boa qualidade e preço irá gerar uma receita satisfatória para a distribuidora.

2.2 PROPAGANDA

Inicialmente a propaganda dar-se-á pela pintura da fachada da empresa com produtos oferecidos, da marca Schincariol e, posteriormente, com o anúncio de nossos produtos e promoções por carro som, pela cidade de Castanhal. As propagandas com produtos da Schincariol, a nível nacional, também favorecerão as vendas pela distribuidora.

A empresa apresentará seus produtos, por categoria, através de banners e faixas do próprio fornecedor, sendo colocadas em prateleiras, proporcionando uma fácil visualização e acessibilidade do cliente.

2.3 CONCORRÊNCIA

A concorrência nesse ramo é bastante considerável e não possui diferencial, pois trata-se da comercialização do mesmo tipo de produto. Com isso, a empresa pretende se destacar no mercado com produtos de boa qualidade e preço, bom atendimento; além de entrega rápida e facilidade de pagamento.

2.4 PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE VENDAS

O distribuidor deve estar preparado para informar ao seu mercado consumidor sobre as novidades do segmento em que atua. Daí surge a necessidade de sempre inovar, estar atento aos novos produtos, para que se tenha uma viabilidade futura do negócio.

A venda será efetuada diretamente ao consumidor intermediário e em grandes quantidades.

2.5 DEFINIÇÃO DE PREÇO

Definiu-se o preço dos produtos no mercado considerando-se uma margem de lucro de 15% e o imposto estadual ICMS não foi considerado, pois se trata de produtos com substituição tributária, ou seja, o tributo já está incluso no preço de custo. Os preços foram estabelecidos de acordo com a realidade verificada junto à concorrência, a partir da definição da margem de lucro estabelecida pela empresa, buscando com isso, um preço que satisfaça a clientela e que seja competitivo.

Preço de Venda				
Descrição	Custo Total	Preço de Venda	Quant. Vendida	Total (R\$)
	Unidade			
Primus pacote com 12 de 350 ml	16,26	19,13	150	2.869,47
Nova Schin caixa com 24 de 630 ml	44,72	52,61	200	10.521,38
Glacial caixa com 24 de 630 ml	38,91	45,77	150	6.866,22
Schin Guaraná pacote com 6 de 2 L	15,10	17,76	150	2.664,51
Schin Laranja pacote com 6 de 2 L	15,10	17,76	150	2.664,51
Schin Cola pacote com 6 de 2 L	15,10	17,76	150	2.664,51
Schin Limão pacote com 6 de 2 L	15,10	17,76	150	2.664,51
Schin Guaraná pacote com 12 de 500 ml	14,52	17,08	160	2.732,83
Schin Laranja pacote com 12 de 500 ml	14,52	17,08	160	2.732,83
Schin Cola pacote com 12 de 500 ml	14,52	17,08	160	2.732,83
Schin Limão pacote com 12 de 500 ml	14,52	17,08	160	2.732,83
Skinka pacote com 12 de 200 ml	13,94	16,40	150	2.459,54
Água mineral pacote com 12 de 100 ml	11,61	13,66	200	2.732,83
Total	243,90	286,95	2090	47.038,76

3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1 OPORTUNIDADES DE MERCADO

Conhecimentos aprofundados sobre a atividade são características importantes de um empreendedor que deseja atuar como distribuidor. Estar atento ao lançamento dos fabricantes como catálogos, publicações e conversa com o fornecedor poderá ser de grande ajuda. As propagandas vinculadas pela empresa fornecedora (Schincariol) são de grande aproveitamento no processo de divulgação e comercialização do produto junto aos consumidores. O distribuidor deve estar preparado para informar aos consumidores sobre as novidades do segmento em que atua, auxiliando-os na realização de suas compras.

3.2 FATORES CHAVES PARA O CRESCIMENTO

- ❖ Ganhar pouco em cada produto e vender muito;
- ❖ A parceria do cliente, procurando dar a este o melhor atendimento, atenção e se possível os melhores preços do mercado;
- ❖ Reinvestir na empresa, proporcionando melhor conforto e satisfação ao cliente;
- ❖ Avaliar os estoques, constantemente, para que as mercadorias não fiquem encalhadas;
- ❖ Tentar junto ao fornecedor produtos de boa qualidade com bons preços e prazos de pagamento de forma que se possa oferecer ao cliente preços e prazos compatíveis;
- ❖ Acompanhar de perto todos os procedimentos administrativos da empresa.

3.3 FORNECEDOR

Os fornecedores são o conjunto de pessoas ou organizações que suprem a empresa de equipamentos, matéria-prima e outros materiais necessários ao seu funcionamento. A distribuidora trabalhará em parceria com a Schincariol, uma vez que o contrato de exclusividade é bastante viável, pois trará melhores preços e prazos de pagamentos, além da isenção do frete.

4 ADMINISTRADORES DA EMPRESA

4.1 IDENTIFICAÇÃO E FUNÇÃO DOS SÓCIOS – CAPITAL SOCIAL

O sucesso de uma empresa pode ser determinado pela capacidade dos donos do negócio e pela quantidade de tempo que eles serão capazes de dedicar a este negócio. As funções serão divididas entre os dois sócios (Djanira Santos e Jennyfer Ramos), da loja e serão responsáveis pelas partes financeiras, compras, controle do estoque, propaganda e pessoal. Os sócios optaram receber na forma de pró-labore o valor de R\$-800,00 (Oitocentos reais), já que o negócio está apenas no começo. Projeta-se aumentar o valor do pró-labore a partir do aumento de faturamento do negócio.

O capital social será da seguinte forma:

Djanira Santos	50%
Jennyfer Ramos	50%

4.2 PESSOAL

Inicialmente, serão contratados dois funcionários devido ao tamanho e volume do negócio que ainda é pequeno. Os mesmos ficarão com a função de vendas e entregas dos produtos, tendo sempre a supervisão de um dos sócios.

5 DADOS FINANCEIROS

5.1 INVESTIMENTO INICIAL

O investimento inicial da distribuidora gira em torno de R\$ 50.000,00 (Cinquenta mil reais), conforme demonstrativo a seguir:

5.2 BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA

DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS "AMIGOS DO PEITO" LTDA			
BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO	50.000,00	PASSIVO	50.000,00
CIRCULANTE	17.750,00	CIRCULANTE	
DISPONIVEL	7.250,00		
CAIXA	7.250,00		
ESTOQUE	10.500,00	EXIG. A LONGO PRAZO	
MERCADORIAS P/REVENDA	10.500,00		
PERMANENTE	32.250,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	50.000,00
IMOBILIZADO	30.550,00	CAPITAL SOCIAL	50.000,00
MOVEIS E UTENSÍLIOS	2.900,00	CAP. INTEGRALIZADO	50.000,00
VEÍCULOS	25.600,00		
COMPUTADORES E			
PERIFÉRICOS	1.450,00		
MÁQUINAS E			
EQUIPAMENTOS	600,00		
(-) DEP. ACUMULADA	0,00		
DIFERIDO	1.700,00		
DESP. PRÉ-OPERACIONAIS	1.700,00		
(-) AMORT. ACUMULADA	0,00		

5.3 QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS

QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS - QEC						
CUSTOS VARIÁVEIS				CUSTOS FIXOS		
DESCRIÇÃO	QTD.	Vendida	Und.	Total R\$	DESCRIÇÃO	Total R\$
Primus pacote com 12 de 350 ml	150		14,00	2.100,00	Energia Eletrica	90,00
Nova Schin caixa com 24 de 630 ml	200		38,50	7.700,00	Telefone	200,00
Glacial caixa com 24 de 630 ml	150		33,50	5.025,00	Água	60,00
Schin Guaraná pacote com 6 de 2 L	150		13,00	1.950,00	Mão-de-Obra	500,00
Schin Laranja pacote com 6 de 2 L	150		13,00	1.950,00	Mão-de-Obra Direta	600,00
Schin Cola pacote com 6 de 2 L	150		13,00	1.950,00	Encargos	713,80
Schin Limão pacote com 6 de 2 L	150		13,00	1.950,00	Pro-Labore	1.600,00
Schin Guaraná pacote com 12 de 500 ml	160		12,50	2.000,00	Aluguel de Imovel	500,00
Schin Laranja pacote com 12 de 500 ml	160		12,50	2.000,00	Honorarios Contador PJ	500,00
Schin Cola pacote com 12 de 500 ml	160		12,50	2.000,00	Depreciação proporcional	479,98
Schin Limão pacote com 12 de 500 ml	160		12,50	2.000,00	Amortização proporcional	14,17
Skinka pacote com 12 de 200 ml	150		12,00	1.800,00		
Água mineral pacote com 12 de 100 ml	200		10,00	2.000,00		
Total dos Custo Variaveis	2090			34.425,00		
DESPESAS VARIÁVEIS						
Combustíveis	1		200,00	200,00		
Manutenção e Conservação de Veículo	1		100,00	100,00		
Total dos Custo Variaveis				300,00		
Total dos Custo Variaveis				34.725,00	TOTAL	5.257,95

CRITERIO DE RATEIO P / DESP. E CUSTOS FIXOS		
DESCRIÇÃO	%	Rateio
Primus pacote com 12 de 350 ml	6,10%	320,75
Nova Schin caixa com 24 de 630 ml	22,37%	1.176,07
Glacial caixa com 24 de 630 ml	14,60%	767,50
Schin Guaraná pacote com 6 de 2 L	5,66%	297,84
Schin Laranja pacote com 6 de 2 L	5,66%	297,84
Schin Cola pacote com 6 de 2 L	5,66%	297,84
Schin Limão pacote com 6 de 2 L	5,66%	297,84
Schin Guaraná pacote com 12 de 500 ml	5,81%	305,47
Schin Laranja pacote com 12 de 500 ml	5,81%	305,47
Schin Cola pacote com 12 de 500 ml	5,81%	305,47
Schin Limão pacote com 12 de 500 ml	5,81%	305,47
Skinka pacote com 12 de 200 ml	5,23%	274,93
Água mineral pacote com 12 de 100 ml	5,81%	305,47
Total dos Custos Fixos	100,00%	5.257,95

CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS E FIXOS			
DESCRIÇÃO	C. Variaveis	C. Fixos	D. Variáveis
Primus pacote com 12 de 350 ml	2.100,00	320,75	18,30
Nova Schin caixa com 24 de 630 ml	7.700,00	1.176,07	67,10
Glacial caixa com 24 de 630 ml	5.025,00	767,50	43,79
Schin Guaraná pacote com 6 de 2 L	1.950,00	297,84	16,99
Schin Laranja pacote com 6 de 2 L	1.950,00	297,84	16,99
Schin Cola pacote com 6 de 2 L	1.950,00	297,84	16,99
Schin Limão pacote com 6 de 2 L	1.950,00	297,84	16,99
Schin Guaraná pacote com 12 de 500 ml	2.000,00	305,47	17,43
Schin Laranja pacote com 12 de 500 ml	2.000,00	305,47	17,43
Schin Cola pacote com 12 de 500 ml	2.000,00	305,47	17,43
Schin Limão pacote com 12 de 500 ml	2.000,00	305,47	17,43
Skinka pacote com 12 de 200 ml	1.800,00	274,93	15,69
Água mineral pacote com 12 de 100 ml	2.000,00	305,47	17,43
TOTAL	34.425,00	5.257,95	300,00

5.4 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

De acordo com o Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações, a Demonstração do Resultado do Exercício é a apresentação em forma resumida, das operações realizadas pela empresa, durante o exercício social, demonstradas de forma a destacar o resultado líquido do período. A Demonstração seguinte é baseada em um volume estimado em uma projeção de venda, durante o primeiro ano analisado.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO DA DISTRIBUIDORA "AMIGOS DO PEITO" LTDA

PERÍODOS	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Índice do IGP-M/FGV	1,0775				
VENDAS	598.859,33	718.631,19	862.357,43	1.034.828,92	1.241.794,70
(-) IMPOSTOS INCIDENTES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) ICMS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) VENDAS LIQUIDAS	598.859,33	718.631,19	862.357,43	1.034.828,92	1.241.794,70
(-) C.M.V.	519.502,47	559.763,91	603.145,62	649.889,40	700.255,83
(=) LUCRO BRUTO	79.356,86	158.867,28	259.211,81	384.939,52	541.538,87
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	66.992,37	72.184,28	77.778,56	83.806,40	90.301,39
Energia Elétrica	1.080,00	1.163,70	1.253,89	1.351,06	1.455,77
Telefone	2.400,00	2.586,00	2.786,42	3.002,36	3.235,05
Água	720,00	775,80	835,92	900,71	970,51
Mão-de-Obra	6.000,00	6.465,00	6.966,04	7.505,91	8.087,61
Mão-de-Obra Direta	7.200,00	7.758,00	8.359,25	9.007,09	9.705,14
Encargos	8.565,60	9.229,43	9.944,72	10.715,43	11.545,88
Pro-Labore	19.200,00	20.688,00	22.291,32	24.018,90	25.880,36
Aluguel de Imóvel	6.000,00	6.465,00	6.966,04	7.505,91	8.087,61
Honorários Contador PJ	6.000,00	6.465,00	6.966,04	7.505,91	8.087,61
Depreciação proporcional	5.759,77	6.206,15	6.687,13	7.205,38	7.763,80
Amortização proporcional	170,00	183,17	197,37	212,67	229,15
Combustíveis	2.598,00	2.799,35	3.016,29	3.250,06	3.501,94
Manutenção e Conservação de Veículo	1.299,00	1.399,67	1.508,15	1.625,03	1.750,97
RESULTADO DO EXERCÍCIO	12.364,49	86.683,00	181.433,26	301.133,12	451.237,48

5.5 PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio é importante porque indica qual o nível mínimo de vendas que a empresa deverá manter, para que não opere no prejuízo, ou seja, é o equilíbrio entre as receitas com os custos e despesas. A partir do faturamento de R\$ 18.472,62, a empresa começa a formar seu lucro.

PONTO DE EQUILÍBRIO CONSOLIDADO

Preço de Vendas	286,95
Custos + Despesas Variáveis / Unidade	16,29
Custos + Despesas Fixas / Mês	32,07
Margem de Contribuição Unitária	5,78
Ponto de Equilíbrio / Unidade	68,65
Ponto de Equilíbrio em R\$	19.698,34

5.6 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Representa o saldo das vendas após o abatimento dos custos e despesas variáveis de cada produto. Demonstra quanto cada serviço ou produto vendido contribuiu para pagar as despesas fixas mensais e com quanto contribuiu para formar o lucro. No demonstrativo abaixo verificamos que a margem de contribuição aplicada pela distribuidora é de 26,18% e o Lucro Líquido da empresa é de 15%.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO CONSOLIDADA		
Preço de Venda	22,07	100,00%
(-) Custos Variáveis	16,29	73,82%
Margem de Contribuição	5,78	26,18%
(-) Despesas Gerais	2,47	11,18%
Lucro	3,31	15,00%

5.7 FLUXO DE CAIXA

O Fluxo de Caixa tem como objetivo básico, a projeção das entradas (receitas) e saídas (despesas, custos e investimentos) de recursos financeiros por um determinado período de tempo. É através dele que o empreendedor terá condições de identificar se haverá excedente ou escassez de caixa durante o período em questão.

O Fluxo de Caixa é o principal aliado na tomada de decisões diárias envolvendo o dinheiro da empresa.

5.7.1 Projeção de Vendas

As vendas estão projetadas mês a mês no montante dos produtos. Partindo dos 100% que é a capacidade apresentada, estimou-se um aumento na quantidade dos produtos vendidos e assim chegou-se à projeção da receita mensal, levando-se em consideração que se espera um aumento de 20% ao ano, conforme planilha em anexo.

Abaixo demonstraremos o fluxo de caixa projetado para o primeiro ano e depois para quatro anos, vale ressaltar que no início acompanhou - se mensalmente as entradas e saídas de caixa. Foi utilizado o índice de crescimento IGPM - FGV (1,0775) para calcular os custos dos quatro anos projetados.

FLUXO DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA DA DISTRIBUIDORA "AMIGOS DO PEITO" LTDA					
PERÍODO - ANO	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
PROJEÇÃO DE VENDAS		20%	20%	20%	20%
Caixa Inicial		18.294,26	93.072,33	188.317,75	308.551,17
Recebimento	598.859,33	718.631,19	862.357,43	1.034.828,92	1.241.794,70
Saldo de Caixa	18.294,26	93.072,33	188.317,75	308.551,17	459.230,42
		1,0775	Índice do IGP-M/FGV		
CUSTOS VARIÁVEIS	519.502,47	559.763,91	603.145,62	649.889,40	700.255,83
Primus pacote com 12 de 350 ml	32.276,72	34.778,17	37.473,47	40.377,67	43.506,94
Nova Schin caixa com 24 de 630 ml	118.273,45	127.439,64	137.316,21	147.958,22	159.424,98
Glacial caixa com 24 de 630 ml	74.704,52	80.494,12	86.732,42	93.454,18	100.696,88
Schin Guaraná pacote com 6 de 2 L	28.536,85	30.748,45	33.131,46	35.699,15	38.465,83
Schin Laranja pacote com 6 de 2 L	29.216,30	31.480,56	33.920,30	36.549,13	39.381,68
Schin Cola pacote com 6 de 2 L	29.820,25	32.131,32	34.621,50	37.304,67	40.195,78
Schin Limão pacote com 6 de 2 L	28.536,85	30.748,45	33.131,46	35.699,15	38.465,83
Schin Guaraná pacote com 12 de 500 ml	30.923,63	33.320,21	35.902,53	38.684,97	41.683,06
Schin Laranja pacote com 12 de 500 ml	29.471,82	31.755,88	34.216,96	36.868,78	39.726,11
Schin Cola pacote com 12 de 500 ml	29.979,95	32.303,40	34.806,91	37.504,45	40.411,04
Schin Limão pacote com 12 de 500 ml	29.399,23	31.677,67	34.132,69	36.777,97	39.628,26
Skinka pacote com 12 de 200 ml	27.526,39	29.659,68	31.958,31	34.435,08	37.103,79
Água mineral pacote com 12 de 100 ml	30.836,52	33.226,35	35.801,39	38.576,00	41.565,64
Combustíveis	2.598,00	2.799,35	3.016,29	3.250,06	3.501,94
Manutenção e Conservação de Veículo	1.299,00	1.399,67	1.508,15	1.625,03	1.750,97
DESPESAS VARIÁVEIS	3.897,00	4.199,02	4.524,44	4.875,09	5.252,90
Energia Elétrica	1.080,00	1.163,70	1.253,89	1.351,06	1.455,77
Telefone	2.400,00	2.586,00	2.786,42	3.002,36	3.235,05
Água	720,00	775,80	835,92	900,71	970,51
Mão-de-Obra	6.000,00	6.465,00	6.966,04	7.505,91	8.087,61
Mão-de-Obra Direta	7.200,00	7.758,00	8.359,25	9.007,09	9.705,14
Encargos	8.565,60	9.229,43	9.944,72	10.715,43	11.545,88
Pro-Labore	19.200,00	20.688,00	22.291,32	24.018,90	25.880,36
Aluguel de Imóvel	6.000,00	6.465,00	6.966,04	7.505,91	8.087,61
Honorários Contador PJ	6.000,00	6.465,00	6.966,04	7.505,91	8.087,61
DESPESAS FIXAS	57.165,60	61.595,93	66.369,62	71.513,26	77.055,54
TOTAL CUSTOS / DESPESAS	580.565,07	625.558,86	674.039,68	726.277,75	782.564,28

5.8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO - VPL

O Valor Presente Líquido (VPL) é uma das análises mais eficazes e mais usadas para avaliar investimentos de capital, pois este método considera o valor do dinheiro no tempo. Entende-se que ele é medido pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e o 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, ou seja, depois de devolver aos investidores seu capital aplicado no negócio, atualizado a taxa considerada, restou em caixa aquele montante que é justamente o VPL. Esse método é consistente com o objetivo da administração financeira: maximizar a riqueza. O VPL é representado pela seguinte fórmula:

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

CÁLCULO DO FLUXO DO VALOR PRESENTE:

VPL = R\$ 433.987,59

Os resultados da distribuidora em análise demonstra que o valor das entradas se apresentou sempre maior que o valor das saídas de caixa, ou seja, depois de devolver R\$ 50.000,00 de capital investido, o negócio conseguiu ainda restar em caixa um VPL de R\$ 433.987,59; demonstrando que a distribuidora é lucrativa e viável.

5.8.1 Taxa Interna de Retorno – TIR

A Taxa Interna de Retorno – TIR é a taxa de juros que torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor presente das saídas de caixa do investimento. Isso quer dizer, que a TIR é a taxa que zera o investimento. É uma taxa tal que se utilizada fará com que o lucro de seu projeto seja nulo, ou seja, VPL igual à zero.

A Taxa de Retorno Interno foi de 149% demonstrando que este empreendimento é economicamente viável, pois tem um retorno bem acima do retorno do mercado que está previsto para de 20% ao ano.

A TIR é representada pela seguinte fórmula:

$$TIR = \frac{\text{Fluxo de Caixa anual}}{\text{Investimento}}$$

5.8.2 Período de Payback ou Tempo de Retorno de Investimento

Conforme dados extraídos da planilha, o quadro de análise do valor presente demonstra que, a empresa irá recuperar seu investimento inicial em menos de três anos. A distribuidora não poderá diminuir esse tempo aumentando a margem de lucro porque o preço de seus produtos iria ficar acima do preço de mercado.

VALOR PRESENTE LIQUIDO

ANO	INVESTIMENTO	ENTRADA DE CAIXA	SAÍDAS DE CAIXA	FLUXO DE CAIXA	TAXA DE RETORNO	PAYBACK EM ANOS	PAYBACK EM DIAS
0	50.000,00			-50.000,00			
1		598.859,33	580.565,07	18.294,26	37%	2,73	983
2		718.631,19	625.558,86	93.072,33	186%	0,54	194
3		862.357,43	674.039,68	188.317,75	377%	0,27	97
4		1.034.828,92	625.558,86	409.270,05	819%	0,12	43
5		1.241.794,70	782.564,28	459.230,42	918%	0,11	40

5.9 Balanço Patrimonial Final

De acordo com o Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações, o Balanço tem por finalidade apresentar a posição financeira e patrimonial da empresa em determinada data, representando, portanto, uma posição estática.

O Balanço Patrimonial representa uma projeção dos valores a serem alcançados durante os cinco anos analisados. Estes valores poderão servir de parâmetros para uma possível tomada de decisão quanto ao investimento pretendido.

DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS "AMIGOS DO PEITO" LTDA					
BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO					
ANOS	ANO 01	ANO 02	ANO 03	ANO 04	ANO 05
ATIVO	62.364,49	136.683,00	231.433,26	351.133,12	501.237,48
ATIVO CIRCULANTE	36.044,26	110.822,33	206.067,75	326.301,17	476.980,42
DISPONIVEL	25.544,26	100.322,33	195.567,75	315.801,17	466.480,42
CAIXA	25.544,26	100.322,33	195.567,75	315.801,17	466.480,42
ESTOQUES	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00
MERCADORIAS P/ REVENDA	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00
ATIVO NAO CIRCULANTE					
PERMANENTE	26.320,23	25.860,67	25.365,50	24.831,95	24.257,05
IMOBILIZADO	24.790,23	24.343,85	23.862,87	23.344,62	22.786,20
MOVÉIS E UTENSÍLIOS	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00
VEÍCULOS	25.600,00	25.600,00	25.600,00	25.600,00	25.600,00
COMPUTADORES E PERIFÉRICOS	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00
MAQ. E EQUIPAMENTOS	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
(-)DEP.ACUMULADA	(5.759,77)	(6.206,15)	(6.687,13)	(7.205,38)	(7.763,80)
DIFERIDO	1.530,00	1.516,83	1.502,63	1487,33	1470,85
DESP.PRÉ-OPERACIONAIS	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
(-)AMORT.ACUMULADA	(170,00)	(183,17)	(197,37)	(212,67)	(229,15)
PASSIVO	62.364,49	136.683,00	231.433,26	351.133,12	501.237,48
PASSIVO CIRCULANTE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASSIVO EXIGIVEL A LONGO PRAZO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PATRIMÔNIO LIQUIDO	62.364,49	136.683,00	231.433,26	351.133,12	501.237,48
CAPITAL SOCIAL	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
CAP. INTEGRALIZADO	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
LUCROS OU PREJUÍZOS	12.364,49	86.683,00	181.433,26	301.133,12	451.237,48
LUCRO ACUMULADO	12.364,49	86.683,00	181.433,26	301.133,12	451.237,48

6. CONCLUSÃO

Através da análise efetuada por esse plano de negócios, especialmente, no que se refere ao Valor Presente Líquido, baseado no fluxo de caixa projetado para 5 anos, constatamos que a distribuidora de bebidas conseguiu recuperar o valor do seu investimento inicial (R\$-50.000,00) em menos de três anos, não podendo diminuir este período, devido à margem de lucro fornecer um preço de venda no limite do preço de mercado. Ressaltamos que, a empresa projetou uma taxa de crescimento de 20% ao ano, porém, alcançou além do esperado, isto é, 149%. Pelo VPL, podemos observar que o investimento é economicamente atrativo, pois o valor presente das entradas de caixa é maior que o valor presente das saídas de caixa.

Utilizando a margem de lucro de 15%, vimos que alguns produtos ficaram com o valor acima do valor de mercado e outros com valor abaixo, portanto é interessante para a distribuidora continuar vendendo todos os produtos, pois existe uma compensação de preço entre eles.

7. BIBLIOGRAFIA

7.1 - MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custos*. São Paulo: Atlas 2006

7.2 - OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Contabilidade*. Ed. Saraiva 2003

7.3 - DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios*

7.4 - Estudo da Viabilidade Econômica Financeira de uma Micro-Empresa na Região Metropolitana da Belém sob a ótica do plano de negócios - Disponível em: **<http://www.peritocontador.com.br>**

7.5 - Estudo da Viabilidade Econômica Financeira de um Bar na cidade de Belém - Disponível em: **<http://www.peritocontador.com.br>**

7.6 - Estudo da Viabilidade Econômica Financeira de uma Escola na Cidade Velha em Belém sob a ótica do plano de negócios - Disponível em: **<http://www.peritocontador.com.br>**

7.7 Sites:

www.portaltributario.com.br/noticias/substituicaotributaria

www.wikipedia.org

www.sebrae.com.br

www.portalbrasil.net/igpm.htm