



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**EDSON RAIMUNDO COSTA DE OLIVEIRA**

**9901003901**

**ERISON PEREIRA DE SOUZA**

**0001009501**

**BUSINESS PLAN  
PLANO DE NEGÓCIO**

**Belém – Pará**

**Maior – 2006**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ**  
**CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

EDSON RAIMUNDO COSTA DE OLIVEIRA

9901003901

ERISON PEREIRA DE SOUZA

0001009501

**BUSINESS PLAN**  
**PLANO DE NEGÓCIO**

Trabalho de Pesquisa orientado referente à  
Disciplina Administração Financeira.

Prof. Heber Lavor Moreira

**Belém – Pará**

**Maior – 2006**

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>5</b>
<b>CAPITULO I:</b> .....	<b>6</b>
<b>PLANO DE NEGÓCIOS (PLANO EMPRESARIAL, BUSINESS PLAN).</b> ....	<b>6</b>
<b>1.1 CONCEITO DE PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2 Estrutura do Plano de Negócio</b> .....	<b>7</b>
1.2.1 Estrutura 1: Pequenas Empresas de Manufatura.....	7
1.2.2 Estrutura 2 : Empresas ponto.com .....	10
1.2.3 Estrutura 3: Pequenas Empresas em Geral .....	11
1.2.4 Estrutura 4: Roteiro para o Plano de Negócios – SEBRAE-Pa. ....	13
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>14</b>
<b>ESTUDO DO PLANO FINANCEIRO</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1 Balanço Patrimonial</b> .....	<b>14</b>
Circulante .....	15
Realizável à Longo Prazo .....	15
Circulante .....	15
Patrimônio Líquido .....	15
<b>2.2 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE).</b> ....	<b>16</b>
<b>2.3 FLUXO DE CAIXA</b> .....	<b>17</b>
<b>2.4 INDICADORES DE AVALIAÇÃO DO NEGÓCIO</b> .....	<b>20</b>
2.4.1 Valor Presente Líquido – VPL .....	20
2.4.2 Tempo de Retorno do Investimento (pay back).....	21
2.4.3 Taxa Interna de Retorno (TIR).....	22
2.4.4 Análise do Ponto de Equilíbrio.....	22
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>24</b>
<b>CHECK – LIST INICIAL PARA A ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS....</b>	<b>24</b>
<b>SUMÁRIO</b> .....	<b>27</b>
<b>1. SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....	<b>28</b>
<b>2. DESCRIÇÃO GERAL DO NEGÓCIO</b> .....	<b>28</b>
2.1 Descrição do Negócio.....	28
2.2. Produtos.....	28

2.3. Mercado .....	29
2.4. Mercado Alvo .....	29
2.5. Concorrência.....	29
2.6. Marketing .....	30
2.7. PROJEÇÃO DE VENDA .....	31
2.8. Estrutura Organizacional e Legal .....	31
2.9. Localização.....	32
2.10. Análise Swot .....	33
<b>3. DADOS FINANCEIROS .....</b>	<b>34</b>
3.1 Fonte de Recursos Financeiros .....	34
3.2 Investimentos Necessários .....	35
3.3 Balanço Patrimonial .....	36
3.4 Demonstração de Resultado do Exercício .....	37
3.5 Projeção do Fluxo de Caixa.....	38
3.6 Ponto de Equilíbrio .....	39
3.7 Análise de Indicadores de Avaliação de Negócios .....	40
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>42</b>
<b>ANEXOS</b>	

## INTRODUÇÃO

Várias mudanças recentes ocorridas na sociedade brasileiras, enfatizando a década de 90, têm levado milhares de pessoas a ter seu próprio negócio. A baixa oferta de emprego e a alta escolaridade exigida para vários cargos provocaram o aumento de pessoas envolvidas com os micro-negócios.

Essa corrida empreendedora no Brasil teve de enfrentar naquela década vários problemas como: econômico, político e social. Ela foi aumentada por multidões vinda das grandes empresas privadas que passaram por reestruturação e das empresas públicas que foram privatizadas para se adequarem às novas mudanças de cunho mundial.

Esta busca pelo sucesso no empreendedorismo estaria correta se estivesse pautada no planejamento antecipado das ações a serem tomadas.

Infelizmente esses micro-negócios não sobrevivem mais que dois anos.

O planejamento é a elaboração de um plano de negócio que deveria anteceder a abertura de qualquer empresa. Através dele é considerado os cenários (econômico, político, social, ambiental, cultural etc), a competitividade, e os mecanismos interno que a empresa apresentará. Ele mostrará também valores reais dos recursos necessários para a montagem do empreendimento.

O Plano de Negócio é um documento formal exigido pelos bancos ao solicitar financiamento. É também necessário para se ter acesso à entidade, como incubadora de empresas e o SEBRAE (Serviço de Apoio as Micros e Pequenas Empresas), que ajudam e estruturam o empreendimento com acessória e cursos de capacitação aos interessados.

Por isso este estudo tem como principal objetivo orientar o empreendedor com relação a importância da elaboração do Plano de Negócio antes de dar início no empreendimento.

Com isto é apresentado aqui um Plano de Negócio para um micro-empreendimento comercial varejista.

## **CAPITULO I: PLANO DE NEGÓCIOS (PLANO EMPRESARIAL, BUSINESS PLAN).**

### **1.1 CONCEITO DE PLANO DE NEGÓCIOS**

O termo de Plano de Negócio ou Plano Empresarial é organizado da Língua Inglesa: Business Plan.

O Plano de Negócio é o documento básico mais importante do planejamento do negócio no processo empreendedor, pois nele estará todo o processo de constituição e estratégia de desenvolvimento da empresa, modelo de gestão, pontos fortes e fracos. É a primeira incursão ao planejamento estratégico.

O Plano de Negócio, segundo Dornelas (2001):

É um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e auto - conhecimento, e ainda, permite ao empreendedor situa-se no seu ambiente de negócio.

O Plano de Negócio, também é uma ferramenta de implementação de ações para atingir os objetivos da empresa. Ele pode ser usado para testar teorias de como a empresa poderia ser dirigida e para prever os possíveis resultados.

Dornelas afirma, ainda, que o plano de negócio atingiu notoriedade como instrumento de captação de recursos financeiros, junto a financiadores e investidores, principalmente nas empresas de tecnologia e internet dos Estados Unidos.

No Brasil quem começou a popularizar o uso do plano de negócio junto aos empreendedores foi o setor de software, através do programa Softex, de incentivo à exportação de software nacional.

O termo plano de negócio foi espalhado em todo país pela explosão da internet e pelo Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal.

## 1.2 Estrutura do Plano de Negócio

Não há um padrão de plano de negócio que seja aplicado a qualquer negócio, pois cada, negócio possui suas particularidades e semelhanças (Dornelas, 2001).

Algumas estruturas a seguir sugeridas por Dornelas, serão apresentadas. Cada seção apresentada deve visar sua objetividade, colocando os aspectos mais relevantes do Plano de Negócio.

### 1.2.1 Estrutura 1: Pequenas Empresas de Manufatura

1. **Capa** - é uma das partes mais importantes do plano de negócios, pois é a primeira parte que é a primeira parte que é visualizada por quem lê o plano, devendo, portanto ser feita de maneira limpa e com as informações necessárias e pertinentes.

2. **Sumário** - deve conter o título de cada seção do plano de negócios e a página respectiva onde se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção.

3. **Sumário Executivo** – é a principal seção do plano de negócios, pois esta fará o leitor decidir se continuará lendo o plano. Portanto, deve ser escrito com muita atenção e revisado várias vezes, além de conter uma síntese das principais informações que constam no plano de negócios. Deve ainda ser dirigido ao público-alvo do plano e explicitar qual o objetivo do plano de negócios em relação ao leitor. Deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras seções do plano para ser elaborada.

4. **Análise Estratégica** – nesta seção são definidos os rumos da empresa, sua visão e missão, sua situação atual, as potencialidades e ameaças externas, suas forças e fraquezas, seus objetivos e metas de negócio. Esta seção é a base para o desenvolvimento e a implantação das demais ações descritas no plano.

5. **Descrição da Empresa** – faz-se um histórico da empresa, citando crescimento, faturamento dos últimos anos, sua razão social, imposto, estrutura organizacional e legal, localização, parcerias, certificações de qualidade etc.

6. **Produtos e Serviços** - seção destinada aos serviços da empresa como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo de vida, os fatores tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais clientes atuais, se a empresa detém marca e/ou patente de algum produto etc.

7. **Plano Operacional** – esta seção deve apresentar as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo e o processo de produção, indicando o impacto que estas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção. Deve conter informações operacionais atuais e previstas de fatores como: *lead time* do produto ou serviço (intervalo de tempo entre o pedido e a entrega), percentual de entrega a tempo, rotatividade do inventário, índice de refugo, *lead time* de desenvolvimento de produto ou serviço etc.

8. **Plano de Recursos Humanos** – nesta seção devem ser apresentados os planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa. Estas informações estão diretamente relacionadas com a capacidade de crescimento da empresa, especialmente quando esta atua em um mercado onde detenção de tecnologia é considerada um fator estratégico de competitividade. Devem ser indicadas as metas de treinamento associadas às ações do Plano Operacional, as metas de treinamento estratégico, de longo prazo e não associadas diretamente às ações. Aqui também devem ser apresentados o nível educacional e a experiência dos executivos, gerentes e funcionários operacionais, indicando-se os esforços da empresa na formação de seu pessoal.

9. **Análise de Mercado** – o autor do plano de negócios deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor do seu produto/serviço (por meio de pesquisa de mercado), como está segmentado, o crescimento desse mercado, as características do consumidor e sua localização, se há sazonalidade e como agir nesse caso, análise da concorrência, sua participação de mercado e a dos principais concorrentes etc.



**10. Estratégia de Marketing** - deve-se mostrar como a empresa pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve-se abordar os métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente políticas de preços principais clientes, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade, bem como as projeções de vendas.

**11. Plano Financeiro** – deve apresentar em números todas as ações planejadas para a empresa e as comprovações, através de projeções futuras (quanto necessita de capital, quando e com que propósito) de sucesso do negócio. Deve conter demonstrativo de fluxo de caixa com horizonte de, pelo menos, três anos; balanço patrimonial; análise do ponto de equilíbrio; necessidade de investimento; demonstrativo de resultado; análise de indicadores financeiros do negócio, como faturamento previsto, margem prevista, prazo de retorno sobre o investimento inicial (*payback*), taxa interna de retorno (TIR) etc.

**12. Anexos** – devem conter informações adicionais julgadas relevantes para melhor entendimento do plano de negócios. Por isso não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que não se pode esquecer de incluir é a relação dos currículos vitae dos sócios e dirigentes da empresa. Pode-se anexar ainda informações como fotografias de produtos, plantas da localização, roteiros e resultados completos das pesquisas de mercado que foram realizadas, materiais de divulgação do negócio, *folders*, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.

Nas estruturas seguintes, será apresentado apenas o roteiro das estruturas, pois o conteúdo das mesmas deve seguir as regras e sugestões listadas em cada seção da primeira estrutura.

## 1.2.2 Estrutura 2 : Empresas ponto.com

1. Capa
2. Sumário
3. Sumário Executivo
4. Conceito do Negócio
  - O Negócio
  - O Produto (site)
5. Equipe de Gestão
6. Mercado e Competidores
  - Análise Setorial
  - Mercado – alvo
  - Necessidade do cliente
  - Benefícios do produto
  - Competidores
  - Vantagem Competitiva
7. Marketing e Vendas
  - Produto
  - Preço
  - Praça
  - Promoção
  - Estratégia de Vendas
  - Projeção de Vendas
  - Parcerias Estratégicas
8. Estrutura e Operação
  - Organograma Funcional
  - Processos de Negócio
  - Política de Recursos Humanos
  - Fornecedores de Serviços

- Infra-estrutura e Localização
  - Tecnologia
9. Análise Estratégica
- Análise SWOT (forças e fraquezas, oportunidades e ameaças).
  - Cronograma de Implantação
10. Previsão dos Resultados Econômicos e Financeiros
- Evolução dos resultados econômicos e financeiros
  - Composição dos principais gastos.
  - Investimentos
  - Indicadores de Rentabilidade
  - Necessidade de aporte e contrapartida
  - Cenários alternativos
11. Anexo.

### **1.2.3 Estrutura 3: Pequenas Empresas em Geral**

1. Capa
2. Sumário
3. Sumário Executivo Estendido
  - Declaração de visão
  - Declaração de missão
  - Propósitos gerais e específicos do negócio, objetivos e metas.
  - Estratégia de marketing
  - Processo de produção
  - Equipe gerencial
  - Investimentos e retornos financeiros
4. Produtos e Serviços
  - Descrição dos produtos e serviços
  - Previsão de lançamento de novos produtos e serviços

## 5. Análise da Indústria

- Análise do setor
- Definição do nicho de mercado
- Análise da concorrência
- Diferenciais competitivos

## 6. Plano de Marketing

- Estratégia de marketing (preço, produto, praça, promoção)
- Canais de vendas e distribuição.
- Projeção de vendas

## 7. Plano Operacional

- Análise das instalações
- Equipamentos e máquinas necessárias
- Funcionários e insumos necessários
- Processo de produção
- Terceirização

## 8. Estrutura da Empresa

- Estrutura organizacional
- Assessorias externas (jurídica, contábil etc.)
- Equipe de gestão

## 9. Plano Financeiro

- Balanço Patrimonial
- Demonstrativo de Resultados
- Fluxo de Caixa

## 10. Anexos.

#### **1.2.4 Estrutura 4: Roteiro para o Plano de Negócios – SEBRAE-Pa.**

Nome do Responsável.

Data da Elaboração

1. Ramo de Atividade.
2. Mercado Consumidor
3. Mercado Concorrente
4. Mercado Fornecedor
5. Produtos a serem fabricados, mercadorias a serem vendidas ou serviços a serem prestados.
6. Localização
7. Processo Operacional
8. Projeção do volume de produção, projeção do volume de vendas ou projeção do volume de serviços.
9. Projeção da necessidade de pessoal.
10. Análise Financeira
  - a) Estimativa do Resultado Mensal da Empresa
  - b) Projeção do Capital Necessário para o Negócio.

## CAPITULO II

### ESTUDO DO PLANO FINANCEIRO

A parte mais difícil do plano de negócio, para muitos empreendedores, é o plano financeiro. Isto ocorre porque esta seção do plano representa todas as outras quantitativamente, ou seja, proporciona a análise em números dos investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variados, projeção de vendas e análises de rentabilidade do negócio.

#### **2.1 Balanço Patrimonial**

O Balanço Patrimonial é a demonstração contábil que retrata a posição financeira do patrimônio da organização em um determinado momento. Isto, geralmente acontece no final do exercício social<sup>13</sup>.

Esta demonstração contábil é constituída por três grupos: Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido, sendo dividido em subgrupos de acordo com a necessidade e característica de cada empresa.

O Ativo é o grupo que reúne os valores correspondentes aos bens e direitos da empresa (bens: veículos, móveis e equipamentos etc; direitos: contas a receber, marcas e patentes etc). O Passivo é o grupo onde estão registradas as obrigações (fornecedores, salários a pagar, empréstimos etc). O Patrimônio Líquido é um grupo composto por três elementos: Capital, Reservas e Lucros ou Prejuízos Acumulados.

A Lei das Sociedades por Ações (Lei 6404/76) estabelece que as contas do Ativo serão classificadas em ordem decrescente, obedecendo ao critério de grau de liquidez (Capacidade de conversação em espécie). Enquanto as Contas do Passivo serão classificadas em ordem decrescente do grau de exigibilidade (prazo de vencimento das obrigações).

---

<sup>1</sup> O Exercício Social tem duração de um ano e não há necessidade que coincida com o ano civil 901/01 a 31/12). A data do término do Exercício será determinada pelo proprietário da empresa.

A Lei 6404/76, artigos 178 a 182 estabelece a estrutura do Balanço Patrimonial como segue:

ATIVO	PASSIVO
<p><b><u>Circulante</u></b></p> <p>São contas que estão constantemente em giro sendo que a conversão em dinheiro acontecerá no próprio exercício social.</p> <p><b><u>Realizável à Longo Prazo</u></b></p> <p>São bens e direitos que se transformarão em dinheiro no próximo exercício.</p> <p><b><u>Permanente</u></b></p> <p>São bens e direitos que não se destinam à venda.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Investimentos:</i> são as inversões financeiras de caráter permanente que geram rendimentos e não são necessários á manutenção da atividade fundamental da empresa.</li> <li>- <i>Imobilizado:</i> são itens de natureza permanente que serão utilizados para a manutenção da atividade básica da empresa.</li> <li>- <i>Diferido:</i> são os gastos com serviços que beneficiarão resultados de exercícios futuros.</li> </ul>	<p><b><u>Circulante</u></b></p> <p>São obrigações exigíveis que serão liquidadas no próprio exercício.</p> <p>Exigível à Longo Prazo</p> <p>São as obrigações exigíveis que serão liquidadas com prazo superior a um ano.</p> <p><b><u>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</u></b></p> <p>São os recursos dos proprietários aplicado no empreendimento.</p>

No Balanço é possível analisar tanto os aspectos financeiros quanto os econômicos da empresa.

Tais como: a estrutura de capital, a solvência e a rentabilidade.

Na estrutura de capital avalia-se aspecto como: a participação de capitais de terceiros em relação ao do capital próprio na formação de patrimônio, quanto de capital de terceiros é de curto prazo e quanto de capital próprio está imobilizado.

Na análise de solvência avalia-se aspecto relacionado á capacidade da empresa em honrar seus compromissos de maneira geral.

Em relação à rentabilidade, dizem respeito ao poder de ganho da empresa, a rentabilidade sob o ponto de vista dos empresários, o lucro para cada produto vendido, entre outros.

Para o plano financeiro, se a empresa já estiver em operação é aconselhável utilizar o Balanço Patrimonial de três períodos, para que seja analisada a evolução patrimonial da empresa. Mas, se a empresa ainda estiver iniciando suas atividades, será elaborado o Balanço Patrimonial de Abertura<sup>2</sup> <sup>4</sup> com projeção para o período de três a cinco anos.

## **2.2 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE).**

A Demonstração de Resultado do Exercício é um resumo onde se encontra as receitas e as despesas da empresa. Ela é feita subtraindo-se os Custos e as Despesas das Receitas. Além de impostos, abatimentos e devoluções concedidas. Tendo como resultado o Lucro ou Prejuízo do período analisado.

O tamanho e a complexidade da DRE varia de acordo com o porte e aspectos legais da empresa.

Iudícibus<sup>3</sup> classifica a DRE como: “simples e complexa”.

A DRE, simples pode ser elaborada para micro ou pequenas empresas que não requeiram dados detalhados para a tomada de decisão. Deve evidenciar o total

---

<sup>2</sup> Esse balanço deve especificar os bens patrimoniais e os compromissos financeiros da empresa no primeiro dia de operações.

<sup>3</sup> IUDÍCIBUS, Sergio de *Análise de Bálanos*. São Paulo: Atlas, 1988.



das despesas deduzindo da receita, apurando-se assim, o lucro sem destacar os principais grupos de despesas.

A DRE complexa, exigida pela Lei das Sociedades Anônimas (6404/76), fornece maiores detalhes para a tomada de decisão, onde é separado em grupos as Despesas, Receitas, Lucros, Impostos etc.

#### **Estrutura da Demonstração de Resultados do Exercício – DRE.**

<b>ITEM</b>	<b>EXPLICAÇÃO</b>
Receita Bruta	<i>Total Geral das Vendas.</i>
(-) Deduções	<i>Impostos, devoluções e abatimentos.</i>
= Receita Líquida.	
(-) Custos do Período.	<i>Gastos referentes à produção e a comercialização ou aos serviços prestados.</i>
= Lucro Bruto	
(-) Despesas	<i>São gastos necessários para que a atividade seja desenvolvida (atividades administrativas, de vendas e financeiras).</i>
= Lucro Operacional	
(+/-) Receita / Despesa não operacional	<i>Não proveniente das operações.</i>
= Lucro antes do Imposto de Renda	
(-) Imposto de Renda	
= Lucro Líquido.	

### **2.3 FLUXO DE CAIXA**

Dornelas (2001) define o fluxo de caixa como:

A principal ferramenta de planejamento financeiro do empreendedor. Fazendo uma analogia com a conta corrente de uma pessoa física

em um banco qualquer, administrar o fluxo de caixa de uma empresa e compilar os dados de entrada e de saída de caixa (depósitos e retiradas, no caso da conta corrente, projetados no tempo. Quando uma pessoa faz compras à prazo e paga com cheques, ela terá que administrar seu fluxo de caixa pessoal e anotar a dívida feita, para saber quando precisa honrar seus compromissos.

A principal diferença no caso de uma empresa é que a quantidade de itens a serem gerenciados é muito maior.

Ainda segundo Dornelas (2001):

As principais preocupações devem estar em honrar os compromissos com fornecedores, credores, gastos com pessoal, impostos etc., e definir as melhores formas de venda do produto / serviço, visando a obter a receita necessária para que a empresa não fique com o caixa negativo e não precise recorrer a empréstimos bancários continuamente.

Assim, ao analisa o fluxo de caixa de sua empresa, o empresário poderá saber se é viável vender os produtos a prazo, dar descontos ou eliminar estoques para fazer caixa, por exemplo. Trata-se de 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.

Como as outras demonstrações, o fluxo de caixa resulta do processo de planejamento empresarial, podendo ser projetado para diversos períodos (dia, semana, mês, trimestre, anos etc.) onde os valores excluídos são determinados por uma previsão inicial baseada nos objetivos da empresa. Estes valores podem ser corrigidos posteriormente.

A seguir ilustra-se a estrutura de um fluxo de caixa detalhado mensalmente composto por:

- Receitas: Valores das vendas recebidas
- Vendas: Volume monetário do faturamento.
- Contas e despesas variáveis: variam proporcionalmente ao volume de produção.
- Custos e despesas fixos: mantém-se inalterados em relação à produção ou das vendas.



Miranda<sup>4</sup> afirma que:

Qualquer tipo de negócio – industrial, comercial, grande, pequeno, complexo ou simples – pode ser representado por um caixa líquido<sup>5</sup>, que representa os custos e benefícios auferidos no negócio durante sua vida econômica, e que irá permitir a avaliação destes negócios.

Embora seja vista semelhança entre a DRE e o fluxo de caixa, é importante que ao se analisar esta demonstração, tenha-se em mente que o que está sendo demonstrado de fato é a entrada e saída de recursos financeiros da empresa e não receitas<sup>6</sup> e despesas<sup>7</sup>, ou seja, o objetivo da demonstração de fluxo de caixa é obter o saldo líquido de caixa, que não deve ser confundido com Lucro.

Assim sendo, o fluxo de caixa torna-se de extrema importância na elaboração de um plano de negócio, principalmente para iniciantes.

Siegel<sup>8</sup> afirma que “é importante compreender que no início da vida da empresa a posição de caixa será mais importante que a Lucratividade porque ela reflete mais diretamente a viabilidade da empresa”.

## 2.4 INDICADORES DE AVALIAÇÃO DO NEGÓCIO

### 2.4.1 Valor Presente Líquido – VPL

Um ponto muito importante que deve ser analisado quando avaliamos determinado negócio é o efeito do tempo sobre o valor do dinheiro. Para que seja evitado erros de avaliação de negócios, existem técnicas que permitem analisar os valores de fluxo de caixa considerando o fator tempo.

O VPL é uma dessas Técnicas. Segundo Dutra Sobrinho<sup>9</sup>:

---

<sup>4</sup> MIRANDA, Roberto de. *Manoel de decisões financeiras e análise de negócios*. Rio de Janeiro: Record. 1999.

<sup>5</sup> Alguns autores se referem ao Caixa Líquido como Saldo de Caixa, Fluxo Líquido de Caixa, Saldo Líquido de Caixa, entre outros. Todos com o mesmo sentido.

<sup>6</sup> Receitas: entrada de bens ou Direito para o Ativo, decorrentes das vendas de mercadoria ou de produtos Cida prestação de serviços.

<sup>7</sup> Despesas: correspondem as diminuições do Ativo ou a aumento do Passivo em decorrência do consumo de Bens, de utilização de serviços ou ainda, em decorrência de juros, descontos e impostos.

<sup>8</sup> Siegel op. Cit.

O valor presente líquido é uma técnica de análise do fluxo de caixa que consiste em calcular o valor presente de uma série de pagamentos e/ou recebimentos iguais ou não a uma taxa conhecida, e deduzir deste o valor do fluxo inicial (valor do empréstimo, financiamento ou investimento).

$$VPL = \left\{ \frac{F_1}{(1+K)^1} + \frac{F_2}{(1+K)^2} + \frac{F_3}{(1+K)^3} + \dots + \frac{F_4}{(1+K)^4} \right\} - INV$$

Onde.

VPL = Valor Presente Líquido

$F_n$  = Fluxo do Caixa após o imposto no ano  $n$

$K$  = Taxa de Retorno Desejada.

$N$  = Vida de Projeto em Anos.

$INV$  = Investimento Inicial.

Se o VPL final for positivo, significa que o empréstimo, financiamento ou investimento deverá ser realizado, pois a taxa efetiva de retorno será maior que a Taxa Mínima de atratividade fixada. Do contrário, a operação não deverá ser realizada.

Quando o Valor Presente Líquido se tornar nulo será o momento em que o investimento terá sido recuperado.

#### **2.4.2 Tempo de Retorno do Investimento (pay back)**

Este indicador de análise mede o tempo em que o investimento empregado no negócio será recuperado pelo empreendedor, a partir das entradas no caixa. Isto é, determina o prazo mínimo necessário para que as entradas de caixa recuperem o valor do investimento inicial.

Com o auxílio de uma calculadora financeira ou uma planilha de cálculos (Ex. Microsoft Excel), este cálculo torna-se simples e de fácil entendimento, sendo bastante utilizado, principalmente por pequenas empresas.

---

<sup>9</sup> SOBRINHO, José Vieira Dutra. *Matemática Financeira*. Atlas: 2000.

Para efeito de análise, pode-se dizer que quanto maior o payback pior a empresa, pois enquanto o seu investimento não retornar, estará passível de perda por estar exposto aos riscos do mercado.

Este indicador é calculado a partir do fluxo do caixa projetado a uma taxa de retorno desejado, que determinará um saldo Líquido ao final de  $n$  períodos. Este saldo Líquido (futuro) deverá ser transformado em valor presente e dele deverá ser subtraído o valor do investimento inicial.

Uma das vantagens do payback é considerar o valor do dinheiro no tempo e demonstrar o ponto de equilíbrio financeiro. É o momento em que as receitas e despesas (descontadas para a data zero) se nivelam.

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

É a Taxa utilizada para igualar o Valor Presente Líquido do Investimento Inicial do Negócio. O nome Taxa Interna está ligada ao fato de a rentabilidade calculada depender exclusivamente do Fluxo de Caixa, independente de fatores externos.

Este valor demonstra a rentabilidade paga pelo negócio em relação ao investimento do empreendedor. Logo, deve ser comparado à TMA (Taxa Mínima de Atratividade).

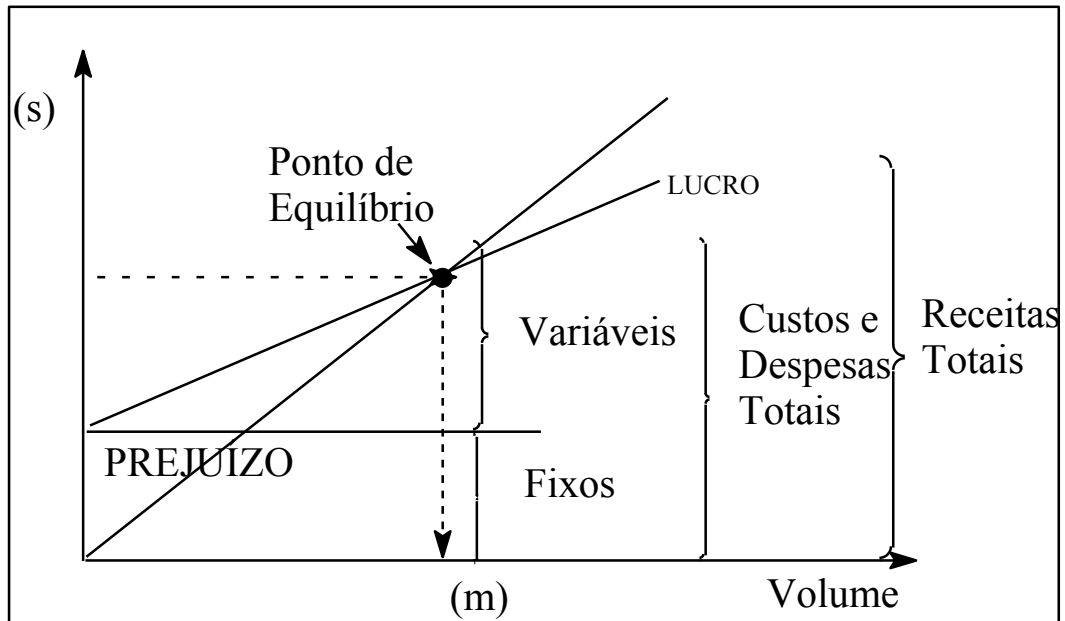
O critério utilizado para a escolha de um negócio seria:

$$TIR > TMA = \text{Negócio realizado}$$

### **2.4.4 Análise do Ponto de Equilíbrio.**

O Ponto de Equilíbrio (também denominado Ponto de Ruptura – Break-even Point) ocorre no momento que as Receitas atingem o mesmo patamar que os Custos e Despesas Totais. É o ponto no qual não há lucro nem prejuízo. Esse ponto é definido tanto em unidades produzidas e vendidas (volume) quanto em reais.

É uma ferramenta de grande utilidade que possibilita ao empresário saber em que momento seu empreendimento começa a obter lucro e, assim, torna-se uma importante ferramenta gerencial.



Ponto de Equilíbrio

Fonte: Eliseu Martins (1998)

### CAPITULO III

#### CHECK – LIST INICIAL PARA A ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS.

1. Qual é o Negócio?

É o Comercio Varejista de Alimentos preparados para o consumo imediato no ramo de restaurante.

2. O que será oferecido?

Para início de operação serão oferecidos cinco tipos de cardápios a base de carne bovina e avícola.

3. Onde a Empresa estará instalada?

No Centro Comercial de Belém, no Bairro da Campina, conhecido por Ver-o-Peso.

4. Qual é o Mercado consumidor alvo?

O Mercado – alvo é composto em sua maioria por pessoas que trabalham no Centro Comercial.

5. O Negócio tem possibilidade de ser Lucrativo? Por quê?

Sim tem. Pelo fato do Comercio de Alimentação fora do domicílio ainda estar em crescimento. O consumo é permanente e crescente pelas pessoas no Centro Comercial de Belém.

6. A Empresa terá concorrentes fortes?

Sim. Ela terá uns quatro. Mas eles não conseguem atender todo o mercado que se encontra em crescimento. Isso é visto pelo grande consumo de alimentos que há nos negócios informais da área.

7. Quem será o fornecedor de carne da empresa do plano?

O fornecedor será a empresa Carne e Cia.



8. Em que categoria se enquadrará juridicamente a empresa?

A empresa se enquadrará juridicamente na Categoria Empresário, exercida por pessoa física individualmente considerada, ou seja, terá proprietário único de acordo com o novo código civil (Lei 10406 de 10/01/2002).

Empresário é a pessoa física que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços.

O nome da Firma será o do titular acrescido de palavra que sempre a atividade econômica o qual será responsável ilimitada e individualmente pela Empresa (ou pelos seus atos). Cabe destacar, portanto, que a forma empresário não pode ser vendida e nem admite sócios.

# RESTAURANTE SABOR CASEIRO

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA EMPRESARIAL

**ALUNO :** EDSON RAIMUNDO COSTA DE OLIVEIRA MAT 9901003901  
ERISON PEREIRA SOUZA MAT. 0001009501

**PROF:** HEBER LAVOR MOREIRA

## SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO
2. DESCRIÇÃO GERAL DO NEGÓCIO
  - 2.1. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO
  - 2.2. PRODUTOS
  - 2.3. MERCADO
  - 2.4. MERCADO ALVO
  - 2.5. CONCORRÊNCIA
  - 2.6. MARKETING E VENDA
  - 2.7. PROJEÇÃO DE VENDA
  - 2.8. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL
  - 2.9. LOCALIZAÇÃO
  - 2.10. ANÁLISE SWOT DO EMPREENDIMENTO
3. DADOS FINANCEIROS
  - 3.1. FONTE DE RECURSOS FINANCEIROS
  - 3.2. INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS
  - 3.3. BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL
  - 3.4. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO ANUAL
  - 3.5. PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA
  - 3.6. PONTO DE EQUILÍBRIO
  - 3.7. ANÁLISE DE INDICADORES DE AVALIAÇÃO DO NEGÓCIO.

## **1. SUMÁRIO EXECUTIVO**

Este plano de negócio foi montado para dar ao empresário condições de tomar decisões mais adequadas em relação ao seu empreendimento.

É apresentada ao empresário a possibilidade real de sucesso ou insucesso do negócio. Visto que é estudado à viabilidade econômica, e financeira do mesmo.

A empresa terá nome comercial Zailde Oliveira Restaurante e o fantasia será Restaurante Sabor Caseiro.

Para início de operação serão oferecidos cinco produtos em seu Cardápio a base de Carne bovina e avícola.

A Empresa está localizada no Centro Comercial de Belém, no Bairro da Campina.

Os futuros clientes da empresa são em sua maioria, pessoas que trabalham no Centro Comercial da Cidade de Belém, onde a empresa está localizada.

## **2. DESCRIÇÃO GERAL DO NEGÓCIO**

### **2.1 Descrição do Negócio**

O Negócio é a venda de alimentação preparada para o consumo imediato no ramo de restaurante.

### **2.2. Produtos**

Logo que a empresa iniciar suas operações irá oferecer cinco tipos de cardápios: Bife a Milanesa, Bife acavalado, Bife acebolado, Frango frito e Frango cozido. Todos com seus respectivos acompanhamentos.

### **2.3. Mercado**

O Mercado gastronômico, principalmente no ramo de restaurante, ainda se encontra em crescimento no Brasil. Ele movimenta milhões todos os dias em todo o mundo.

Este consumo é permanente e crescente, por se tratar de uma necessidade básica do ser humano que é se alimentar.

De acordo com pesquisas realizadas por uma empresa de consultoria, a Target Marketing, dos 100% de toda a renda da população brasileira apenas 4,37% são gastos com alimentação fora do domicílio.

A tendência é que este mercado aumenta o percentual de consumo.

A Região Norte possui um potencial de consumo estimado em 38 bilhões de reais. E deste total apenas 4,72% são gastos com alimentação fora do domicílio. E Belém segue a tendência mundial que é o aumento desse mercado.

### **2.4. Mercado Alvo**

A Empresa pretendida tem como principal mercado-alvo as pessoas que trabalham no Centro Comercial da Cidade de Belém. Este Centro é conhecido por Ver-o-Peso.

### **2.5. Concorrência.**

A análise da concorrência foi realizada através de pesquisa no Centro Comercial de Belém, onde o negócio pretendido estará localizado.

Dos nove estabelecimentos voltados para a alimentação só dois são concorrentes direto da empresa pretendida. Eles possuem estrutura física semelhante e praticam preço razoável.

Conforme esta pesquisa, os estabelecimentos de linha mais popular não conseguem atender toda a demanda do mercado. Com isso o mercado não atendido passa o consumidor dos comerciantes informais.

Com esta situação o novo empreendimento pretende usar todo o seu potencial através da qualidade dos produtos, preços competitivos, distribuição e publicidade para atingir grande parcela desse mercado.

## **2.6. Marketing**

Com relação ao Marketing a empresa usará os compostos de Marketing em sua estratégia para atingir o mercado. Esses compostos também chamados de 4 (quatro pés) são: produto, preço, praça (canais de distribuição) e propaganda.

O Restaurante apresentará cinco Cardápios: três tipos de bifes, frango frito e cozido. Alimentos bem conhecidos e aceitos pela população, pois faz parte de seu costume alimentar.

Os produtos terão concorrentes mais acentuados em relação aos preços.

Por isso serão definidos para serem competitivos no mercado.

A distribuição dos produtos ao consumidor, será efetuada através da venda direta, ou seja os produtos serão vendidos para serem consumidos mas acomodações apropriadas para tal fim, no próprio estabelecimento comercial.

Considerando o potencial do empreendimento para atender a demanda desejada a propaganda dos produtos será concentrada no Centro Comercial onde a empresa estará localizada.

Os veículos para divulgar os produtos serão: a Rádio local, Outdoors e distribuição de panfletos.

## 2.7. PROJEÇÃO DE VENDA

De acordo com a análise de mercado, capacidade produtiva e estratégia de Marketing foi elaborada uma projeção de venda anual.

### PROJEÇÃO DE VENDA

#### PROJEÇÃO DE VENDA EM 2006

PRODUTO	Jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ag	set	out	nov	dez	Total	%
BIFE A CAVALO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
BIFE ACEBOLADO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
BIFE A MILANESA	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
FRANGO FRITO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
FRANGO COZIDO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
TOTAL	835	835	835	835	835	835	835	835	835	835	830	830	10010	100

## 2.8. Estrutura Organizacional e Legal

A atividade econômica voltada para a circulação de mercadorias será exercida por pessoa física individualmente considerada. Assim sendo de acordo com o novo Código Civil Brasileiro (Art. 966) a forma adequada de registro será na categoria empresário cujo nome comercial será de proprietário mais denominação que lembre o ramo da empresa: Zailde Oliveira Restaurante e terá nome fantasia: Restaurante Sabor Caseiro.

Para abertura do empreendimento são necessários os seguintes procedimentos:

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

Na Prefeitura do Município onde o empresário pretende montar o seu empreendimento obterá informações relativas às Instalações Físicas da empresa, Alvará de Funcionamento e Alvará de Vigilância Sanitária (exigida para Comércio de Alimento).

Além disso, deverá consultar o PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor.

(Lei nº 8078 de 11/09/1990).

## **2.9. Localização**

Devido a empresa atuar no ramo de Restaurante de Linha Popular é recomendável que ela se localize no Centro Comercial onde há um grande fluxo de pessoas.

Esta localização é importante para a empresa que desenvolve atividade comercial diretamente com o consumidor.

Além disso, foi determinado em seu plano que seu público alvo é especificamente desta área.

Um local inadequado é ruim para a imagem da empresa, pois pode revelar falta de planejamento ou amadorismo, para os parceiros de negócios.



## 2.10. Análise Swot

Através da análise Swot verificou-se força e fraqueza interna e oportunidades e ameaças externas em relação ao empreendimento.

<b>ANÁLISE INTERNA</b>	
<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresenta produto com preço competitivo.</li> <li>• Produto bem conhecido do público-alvo.</li> <li>• Fácil distribuição (direta).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Início atividade apenas com 5 tipos de produtos.</li> <li>• Empresa pouco conhecida por ser nova.</li> <li>• Início com pouca disponibilidade de capital de giro.</li> </ul>
<b>ANÁLISE EXTERNA</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costume Alimentar da maioria da população se encaixa com os produtos.</li> <li>• Público – alvo bastante numeroso.</li> <li>• Está próximo do público – alvo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorre com Comidas Típicas.</li> <li>• Concorrência com negócios similares.</li> <li>• Público – alvo a maioria é de baixa renda.</li> </ul>

### **3. DADOS FINANCEIROS**

#### **3.1 Fonte de Recursos Financeiros**

Todo o recurso financeiro necessário na fase inicial do empreendimento e o capital de giro. Que corresponde o quanto a empresa possui para apertar no mercado em termos de ativos disponíveis e a realizar em curto prazo, serão provenientes de economias pessoais do empreendedor.

## 3.2 Investimentos Necessários

## PLANO DE INVESTIMENTO

<b>Investimento Inicial</b>			<b>21.652,83</b>
Descrição	Unid	R\$	Total
<b>Total</b>			<b>18.652,83</b>
<b>CAIXA</b>			
<b>ESTOQUE INICIAL</b>			<b>3.002,83</b>
PONTO COMERCIAL	1		10.000,00
CADEIRAS ESTOFADAS	10 JOGOS		1.200,00
MESAS	8		1.000,00
FREEZER	1		1.600,00
CD	1		400,00
DVD	1		450,00
FOGÃO INDUSTRIAL	1		600,00
MICROONDAS	1		400,00
<b>Despesas Pré Operacionais</b>			<b>3.000,00</b>
LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA			1.000,00
PROJETO DE VIABILIDADE			1.000,00
SERVIÇOS PRESTADOS NUTRICIONISTA			1.000,00
<b>Custo Variável</b>	<b>Unid</b>		<b>R\$ 1.906,05</b>
BATATA	unid		R\$ 41,70
MILHO VERDE	lt		R\$ 18,75
FEIJÃO	PCT		R\$ 162,00
ARROZ	PCT		R\$ 225,00
MACARRÃO	PCT		R\$ 252,00
CARNE	KG		R\$ 576,00
FRANGO	KG		R\$ 310,80
ÓLEO	ML		R\$ 60,00
CEBOLA	KG		R\$ 48,00
CHEIRO VERDE	MC		R\$ 30,00
EXTRATO DE TOMATE	CX		R\$ 45,00
BOTIJÃO DE GÁS	UNID		R\$ 60,00
OVOS	UNID		R\$ 66,80
TRIGO	PCT		R\$ 10,00
<b>Custos Fixos</b>			<b>R\$ 1.096,78</b>
Água			R\$ 150,00
Energia Elétrica			R\$ 220,00
Telefone			R\$ 150,00
Despesas com Marketing			R\$ 200,00
Funcionários			R\$ 376,78
<b>Custo Variável total</b>			<b>R\$ 1.906,05</b>
<b>Custo Fixo Total</b>			<b>R\$ 1.096,78</b>
<b>Custo Total</b>			<b>R\$ 3.002,83</b>
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>			<b>R\$ 382,16</b>
Funcionários			R\$ 382,16

### 3.3 Balanço Patrimonial

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

<b>BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL</b>			
<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
<b>Circulante</b>	<b>3.002,83</b>	<b>Circulante</b>	
<i>Disponível</i>			
Caixa			
<i>Estoque</i>			
MATÉRIA PRIMA ALIMENTAR	3.002,83		
E MAT. DIVERSOS			
<b>Permanente</b>	<b>18.650,00</b>	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	21.652,83
<i>Ativo Imobilizado</i>	<i>15.650,00</i>		
Cadeiras	1.200,00	Capital	21.652,83
Mesas	1.000,00		
Freezer	1.600,00		
Cd	400,00		
Dvd	450,00		
Fogão Industrial	600,00		
Microondas	400,00		
Ponto Comercial	10.000,00		
(-) Depreciação Acumulada			
<i>Ativo Diferido</i>	<i>3.000,00</i>		
Despesas de Organização	3.000,00		
(-) Amortização Acumulada			
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>21.652,83</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>21.652,83</b>

### 3.4 Demonstração de Resultado do Exercício

Na elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício dos 5 primeiros anos de atividade da empresa foi considerado 30% no volume de vendas a cada ano e também, o IGPM – Índice Geral de Preço de Mercado da Fundação Getúlio Vargas, acumulado em 2% no ano 1 de operação da empresa, para corrigir os custos de despesas variáveis da produção dos produtos para venda a cada ano.

**CDV = Custo Direto Variável Mensal**

#### DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

	MÊS 1	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>Receita Bruta Vendas</b>	<b>3.066,15</b>	<b>36.757,08</b>	<b>47.784,21</b>	<b>62.119,47</b>	<b>80.755,31</b>	<b>104.981,91</b>
(-) Deduções ICMS	(521,25)	-6248,70	8123,3154	-10560,31	13728,40305	17846,92397
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>2.544,90</b>	<b>30.508,38</b>	<b>39.660,89</b>	<b>51.559,16</b>	<b>67.026,91</b>	<b>87.134,98</b>
<b>Custos Operacionais</b>						
(-) Custos do Período Custos Das Mercadorias Vendidas	(92,48)	(1.109,76)	-1131,95	-1130,95	-1129,95	-1128,95
<b>Lucro Operacional Bruto</b>	<b>2.452,42</b>	<b>29.398,62</b>	<b>38.528,94</b>	<b>50.428,21</b>	<b>65.896,96</b>	<b>86.006,03</b>
<b>Despesas Operacionais</b>						
(-) Despesas outras despesas	(382,16)	(4.585,89)	4677,6078	-4771,15	-4866,573	-4963,9044
		(1.565,00)	-1408,5	-1267,65	-1140,885	-1026,8
<b>Lucro Operacional</b>	<b>2.070,27</b>	<b>23.247,73</b>	<b>32.442,84</b>	<b>44.389,41</b>	<b>59.889,50</b>	<b>80.015,33</b>
<b>(+/-) Rec./Desp. não Operacionais</b>						
Lucro antes do Imposto de Renda	2.070,27	23.247,73	32.442,84	44.389,41	59.889,50	80.015,33
(-) Imposto de Renda	(62,11)	-697,43	973,28505	1331,68232	1796,685031	-2400,45982
<b>Lucro Líquido</b>	<b>2.008,16</b>	<b>22.550,30</b>	<b>31.469,55</b>	<b>43.057,73</b>	<b>58.092,82</b>	<b>77.614,87</b>

### 3.5 Projeção do Fluxo de Caixa

Na demonstração de Fluxo de Caixa foi considerado aumento de 30% de vendas a cada ano e 2% de IGPM para corrigir os cursos e despesas variáveis.

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 12 MESES		FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 anos				
Projeção de Venda REFEIÇÕES		IGPM / 2006			2%	
	REFEIÇÕES	Crescimento de 30% ao ano			30%	
Vendas por mês .	BIFE ACEBOLADO					
	BIFE A CAVALO					
	BIFE A MILANESA					
	FRANGO COZIDO					
	FRANGO FRITO					
Vendas por mês	ref . De frango					
Preço do bife a cavalo	3,80					
Preço do bife acebolado	3,75					
preço do bife milanese	3,82					
preço do frango frito	3,44					
preço do frango cozido	3,54					
		<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
Caixa Inicial						
<b>RECEBIMENTOS</b>						
Faturamento		36.757,08	47.784,21	62.119,47	80.755,31	104.981,91
Receitas à vista						
<b>PAGAMENTOS</b>						
Custos/Desp.Variáveis		24.793,15	25.224,56	25.663,46	26.110,01	26.564,32
FEIJÃO						
ARROZ						
MACARRÃO						
CARNE						
FRANGO						
Óleo ML /DIA 630 ml						
Impostos Variáveis						
CEBOLA						
CHEIRO VERDE						
EXTRATO DE TOMATE						
TRIGO						
OVOS						
MILHO VERDE						
BATATA						
BOTIJÃO DE GÁS						
Custos Fixos		17.747,19	18.055,99	18.370,17	18.689,81	19.015,01
Água						
Energia Elétrica						
Telefone						
Despesas com Marketing						
Funcionários						
Custo Total		42.540,34	43.280,55	44.033,63	44.799,81	45.579,33
<b>SALDO DE CAIXA</b>		(5.783,26)	<b>4.503,66</b>	<b>18.085,84</b>	<b>35.955,50</b>	<b>59.402,58</b>

### 3.6 Ponto de Equilíbrio

O ponto de Equilíbrio, momento em que a produção de receitas de igualam aos custos e despesas totais, correspondem a:

- 302 un. mensal de pratos de bife acebolado ou;
- 296 un. mensal de pratos de bife a milanesa ou;
- 298 un. mensal de pratos de bife a cavalo ou;
- 228 un. mensal de pratos de frango frito ou;
- 319 un. mensal de pratos de frango cozido.

Isso significa que, para a empresa gerar valor suficiente para cobrir seus custos e despesas totais, terá que produzir uma quantidade igual a uma dessas indicadas acima, considerando apenas um desses produtos.

O lucro só acontecerá quando foi produzida e vendida uma quantidade maior que uma das quantidades de unidades acima indicada.

### 3.7 Análise de Indicadores de Avaliação de Negócios

- Técnicas de análise de investimentos

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	21.652,83			-21.652,83			
1		36.757,08	42.540,34	-5.783,26	-27%	(3,74)	1.530
2		47.784,21	43.280,55	4.503,66	21%	4,81	965
3		62.119,47	44.033,63	18.085,84	84%	1,20	659
4		80.755,31	44.799,81	35.955,50	166%	0,60	349
5		104.981,91	45.579,33	59.402,58	274%	0,36	349

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

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo Caixa anual}}$$

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

VPL = Valor Presente Líquido

Fn = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

VPL	=	R\$ 10.294,87
TIR	=	45%



O investimento é analisado através das técnicas: Retorno contábil sobre o investimento, prazo de Payback VPL (Valor Presente Líquido) e TIR (Taxa Interna de Retorno), baseados em projeções da Demonstração do Resultado do Exercício e do fluxo do caixa descontado.

Com isso conclui-se:

- O Retorno Contábil sobre o investimento por ser um critério baseado em lucro apresentou resultado positivo por retornar 45% de rentabilidade anual.
- De acordo com o Prazo de Payback a tempo necessário para recuperar o capital investido acontece no 4º ano de operação.
- Quanto ao VLP (Valor Presente Líquido do Capital Investido R\$ 21652,83. No quarto ano corresponderá a R\$ 35,955,17. Isso mostra que o investimento é atrativo, pois o valor presente das entradas de caixa é maior que o valor presente das saídas. E por isso o projeto é viável.
- A TIR (Taxa Interna de Retorno) é o percentual de retorno obtido sobre o saldo investido, que é de 45%.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Introduções à teoria geral da Administração**. São Paulo: Makron Books, 1983;

DIAS, Antonia Maria Batista de Souza. **TCC: Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio**. Belém: 2004.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Epreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001;

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas, 1991. 308p;

\_\_\_\_\_, Sérgio de. **Análise de Balanços**. São Paulo: Atlas, 1988;

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 1993;

MARION, José Carlos; DIAS, Reinaldo; TRALDI, Maria Cristina. **Monografia para as curso de Administração, contabilidade e economia**. São Paulo: Atlas, 2002;

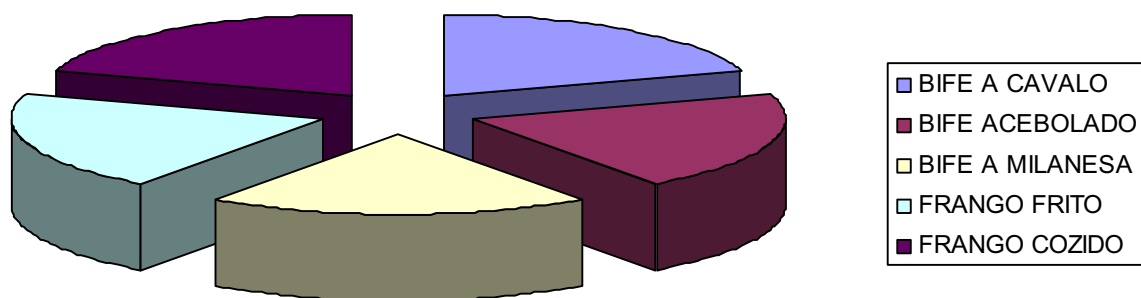
# **ANEXOS**

## ANEXOS: AS PLANILHAS DO MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS DO ESTUDO DE CASO

### PROJEÇÃO DE VENDA EM 2006

PRODUTO	Jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ag	set	out	nov	dez	Total	%
BIFE A CAVALO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
BIFE ACEBOLADO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
BIFE A MILANESA	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
FRANGO FRITO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
FRANGO COZIDO	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	166	166	2002	20
<b>TOTAL</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>835</b>	<b>830</b>	<b>830</b>	<b>10010</b>	<b>100</b>

### META DE VENDA DAS REFEIÇÕES DO RESTAURANTE SABOR CASEIRO



## PLANO DE INVESTIMENTO

Investimento Inicial			21.652,83
Descrição	Unid	R\$	Total
<b>Total</b>			<b>18.652,83</b>
<b>CAIXA</b>			
<b>ESTOQUE INICIAL</b>			<b>3.002,83</b>
PONTO COMERCIAL	1		10.000,00
CADEIRAS ESTOFADAS	10 JOGOS		1.200,00
MESAS	8		1.000,00
FREEZER	1		1.600,00
CD	1		400,00
DVD	1		450,00
FOGÃO INDUSTRIAL	1		600,00
MICROONDAS	1		400,00
<b>Despesas Pré Operacionais</b>			<b>3.000,00</b>
LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA			1.000,00
PROJETO DE VIABILIDADE			1.000,00
SERVIÇOS PRESTADOS NUTRICIONISTA			1.000,00
<b>Custo Variável</b>	<b>Unid</b>		<b>R\$ 1.906,05</b>
BATATA	unid	R\$	41,70
MILHO VERDE	lt	R\$	18,75
FEIJÃO	PCT	R\$	162,00
ARROZ	PCT	R\$	225,00
MACARRÃO	PCT	R\$	252,00
CARNE	KG	R\$	576,00
FRANGO	KG	R\$	310,80
ÓLEO	ML	R\$	60,00
CEBOLA	KG	R\$	48,00
CHEIRO VERDE	MC	R\$	30,00
EXTRATO DE TOMATE	CX	R\$	45,00
BOTIJÃO DE GÁS	UNID	R\$	60,00
OVOS	UNID	R\$	66,80
TRIGO	PCT	R\$	10,00
<b>Custos Fixos</b>			<b>R\$ 1.096,78</b>
Água		R\$	150,00
Energia Elétrica		R\$	220,00
Telefone		R\$	150,00
Despesas com Marketing		R\$	200,00
Funcionários		R\$	376,78
<b>Custo Variável total</b>		R\$	<b>1.906,05</b>
<b>Custo Fixo Total</b>		R\$	<b>1.096,78</b>
<b>Custo Total</b>		R\$	<b>3.002,83</b>
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>		R\$	<b>382,16</b>
Funcionários		R\$	382,16

## QUADRO ESTRUTURAL DAS REFEIÇÕES SABOR CASEIRO PROJETADO PARA A PRODUÇÃO DE REFEIÇÕES 10010

BIFE ACEBOLADO	QUANT	VALOR R\$	PREÇOS	QT P/MÊS
<b>Custos Variáveis</b>		<b>R\$ 386,40</b>		
feijão	Pct	R\$ 32,40	2,70	12
Arroz	Pct	R\$ 45,00	2,50	18
Macarrão	Pct	R\$ 50,40	2,80	18
Carne (contra filé)	KG	R\$ 192,00	8,00	24
Óleo ML /DIA 630 ml	ML	R\$ 12,00	R\$ 2,00	3780 ML
Cebola	KG	R\$ 9,60	2,00	4,8
Cheiro verde	MAÇOS	R\$ 6,00	1,00	6
Extrato de tomate	CX	R\$ 9,00	1,50	6
Botijão de gás	unid	R\$ 30,00	30,00	1
<b>Custo fixos</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
Água		R\$ 150,00		
Energia Elétrica		R\$ 220,00		
Telefone		R\$ 150,00		
Despesas com Marketing		R\$ 200,00		
Funcionários		R\$ 376,78		
<b>Custo Variável total</b>		<b>R\$ 386,40</b>		
<b>Custo Fixo total</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>R\$ 1.483,18</b>		

BIFE A CAVALO	QUANT	VALOR R\$	PREÇOS	QT P/MÊS
<b>Custos Variáveis</b>		<b>R\$ 386,40</b>		
feijão	Pct	R\$ 32,40	2,70	12
Arroz	Pct	R\$ 45,00	2,50	18
Macarrão	Pct	R\$ 50,40	2,80	18
Carne (contra filé)	KG	R\$ 192,00	8,00	24
Óleo ML /DIA 630 ml	ML	R\$ 12,00	2	3780
Cebola	KG	R\$ 9,60	2,00	4,8
Cheiro verde	MAÇOS	R\$ 6,00	1,00	6
Extrato de tomate	CX	R\$ 9,00	1,50	6
Botijão de gás	unid	R\$ 30,00	30,00	1
<b>Custo fixos</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
Água		R\$ 150,00		
Energia Elétrica		R\$ 220,00		
Telefone		R\$ 150,00		
Despesas com Marketing		R\$ 200,00		
Funcionários		R\$ 376,78		
<b>Custo Variável total</b>		<b>R\$ 386,40</b>		
<b>Custo Fixo total</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>R\$ 1.483,18</b>		

FRANGO FRITO	QUANT	VALOR R\$	PREÇOS	QT P/MÊS
<b>Custos Variáveis</b>		<b>R\$ 349,80</b>		
feijão	Pct	R\$ 32,40	2,70	12
Arroz	Pct	R\$ 45,00	2,50	18
Macarrão	Pct	R\$ 50,40	2,80	18
Frango	KG	R\$ 155,40	1,85	84
Óleo ML /DIA 630 ml	ML	R\$ 12,00	2	3780
Cebola	KG	R\$ 9,60	2,00	4,8
Cheiro verde	MAÇOS	R\$ 6,00	1,00	6
Extrato de tomate	CX	R\$ 9,00	1,50	6
Botijão de gás	unid	R\$ 30,00	30,00	1
<b>Custos fixos</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
Água		R\$ 150,00		
Energia Elétrica		R\$ 220,00		
Telefone		R\$ 150,00		
Despesas com Marketing		R\$ 200,00		
Funcionários		R\$ 376,78		
<b>Custo Variável total</b>		<b>R\$ 349,80</b>		
<b>Custo fixo total</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>R\$ 1.446,58</b>		
<b>CUSTO VARIÁVEL TOTAL MÊS</b>		<b>R\$ 1.906,05</b>		
<b>CUSTO FIXO TOTAL MÊS</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
<b>CUSTO TOTAL MÊS</b>		<b>R\$ 3.002,83</b>		
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>				
Funcionários		R\$ 382,16		

FRANGO COZIDO	QUANT	VALOR R\$	PREÇOS	QT P/MÊS
<b>Custos Variáveis</b>		<b>R\$ 349,80</b>		
feijão	Pct	R\$ 32,40	2,70	12
Arroz	Pct	R\$ 45,00	2,50	18
Macarrão	Pct	R\$ 50,40	2,80	18
Frango	KG	R\$ 155,40	1,85	84
Óleo ML /DIA 630 ml	ML	R\$ 12,00	2	3780
Cebola	KG	R\$ 9,60	2,00	4,8
Cheiro verde	MAÇOS	R\$ 6,00	1,00	6
Extrato de tomate	CX	R\$ 9,00	1,50	6
Botijão de gás	unid	R\$ 30,00	30,00	1
<b>Custos fixos</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
Água		R\$ 150,00		
Energia Elétrica		R\$ 220,00		
Telefone		R\$ 150,00		
Despesas com Marketing		R\$ 200,00		
Funcionários		R\$ 376,78		
<b>Custo Variável total</b>		<b>R\$ 349,80</b>		
<b>Custo fixo total</b>		<b>R\$ 1.096,78</b>		
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>R\$ 1.446,58</b>		

**FOLHA DO PRODUTO DAS REFEIÇÕES**  
**PROJEÇÃO PARA 10010 UNIDADES**  
**Material necessário para venda de refeições**

## BIFE ACEBOLADO

<b>Custos Variáveis</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Feijão	R\$ 0,003
Arroz	R\$ 0,004
Macarrão	R\$ 0,005
<b>Carne</b>	R\$ 0,096
Óleo ML /DIA 630 ml	R\$ 0,001
Cebola	R\$ 0,001
Cheiro verde	R\$ 0,001
Extrato de tomate	R\$ 0,001
Botijão de gás	R\$ 0,003
<b>TOTAL VARIÁVEL</b>	<b>R\$ 0,115</b>
<b>Custos Fixos</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Água	R\$ 0,015
Energia Elétrica	R\$ 0,022
Telefone	R\$ 0,015
Despesas com Marketing	R\$ 0,020
Funcionários	R\$ 0,038
<b>TOTAL FIXO</b>	<b>R\$ 0,110</b>
<b>CUSTO TOTAL P/ UN</b>	<b>R\$ 0,225</b>

## BIFE A CAVALO

<b>Custos Variáveis</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Feijão	R\$ 0,003
Arroz	R\$ 0,004
Macarrão	R\$ 0,005
<b>Carne</b>	R\$ 0,096
Óleo ML /DIA 630 ml	R\$ 0,001
Cebola	R\$ 0,001
Cheiro verde	R\$ 0,001
Extrato de tomate	R\$ 0,001
OVO	R\$ 0,003
Botijão de gás	R\$ 0,003
<b>TOTAL VARIÁVEL</b>	<b>R\$ 0,119</b>
<b>Custos Fixos</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Água	R\$ 0,015
Energia Elétrica	R\$ 0,022
Telefone	R\$ 0,015
Despesas com Marketing	R\$ 0,020
Funcionários	R\$ 0,038
<b>TOTAL FIXO</b>	<b>R\$ 0,110</b>
<b>CUSTO TOTALP/ UNID</b>	<b>R\$ 0,228</b>

## BIFE A MILANESA

<b>Custos Variáveis</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Feijão	R\$ 0,003
Arroz	R\$ 0,004
Macarrão	R\$ 0,005
<b>Carne</b>	R\$ 0,096
Óleo ML /DIA 630 ml	R\$ 0,001
Cebola	R\$ 0,001
Cheiro verde	R\$ 0,001
Extrato de tomate	R\$ 0,001
TRIGO	R\$ 0,001
OVO	R\$ 0,003
Botijão de gás	R\$ 0,003
<b>TOTAL VARIÁVEL</b>	<b>R\$ 0,120</b>
<b>Custos Fixos</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Água	R\$ 0,015
Energia Elétrica	R\$ 0,022
Telefone	R\$ 0,015
Despesas com Marketing	R\$ 0,020
Funcionários	R\$ 0,038
<b>TOTAL FIXO</b>	<b>R\$ 0,110</b>
<b>CUSTO TOTALP/ UNID</b>	<b>R\$ 0,229</b>

## FRANGO FRITO

<b>Custos Variáveis</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Feijão	R\$ 0,003
Arroz	R\$ 0,004
Macarrão	R\$ 0,005
<b>Frango</b>	R\$ 0,078
Óleo ML /DIA 630 ml	R\$ 0,001
Cebola	R\$ 0,001
Cheiro verde	R\$ 0,001
Extrato de tomate	R\$ 0,001
Botijão de gás	R\$ 0,003
<b>TOTAL VARIÁVEL</b>	<b>R\$ 0,097</b>
<b>Custos Fixos</b>	<b>VALOR /Unid</b>
Água	R\$ 0,015
Energia Elétrica	R\$ 0,022
Telefone	R\$ 0,015
Despesas com Marketing	R\$ 0,020
Funcionários	R\$ 0,038
<b>TOTAL FIXO</b>	<b>R\$ 0,110</b>
<b>CUSTO TOTALP/ UNID</b>	<b>R\$ 0,207</b>

## FRANGO COZIDO

<b>Custos Variáveis</b>	<b>VALOR/Unid</b>
Feijão	R\$ 0,003
Arroz	R\$ 0,004
Macarrão	R\$ 0,005
<b>Frango</b>	R\$ 0,078
Óleo ML /DIA 630 ml	R\$ 0,001
Cebola	R\$ 0,001
Cheiro verde	R\$ 0,001
Extrato de tomate	R\$ 0,001
Botijão de gás	R\$ 0,003
<b>TOTAL VARIÁVEL</b>	<b>R\$ 0,097</b>
<b>Custos Fixos</b>	<b>VALOR /Unid</b>
Água	R\$ 0,015
Energia Elétrica	R\$ 0,022
Telefone	R\$ 0,015
Despesas com Marketing	R\$ 0,020
Funcionários	R\$ 0,038
<b>TOTAL FIXO</b>	<b>R\$ 0,110</b>
<b>CUSTO TOTALP/ UNID</b>	<b>R\$ 0,207</b>





BIFE ACEBOLADO		
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 3,75	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,115	3,08
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3,633	96,92
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 0,110	2,92
LUCRO	R\$ 3,523	94,00
BIFE A CAVALO		
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 3,80	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,119	3,12
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3,685	96,88
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 0,110	2,88
LUCRO	R\$ 3,576	94,00
BIFE A MILANESA		
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 3,82	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,120	3,15
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3,701	97,29
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 0,110	2,88
LUCRO	R\$ 3,591	94,00
FRANGO FRITO		
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 3,44	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,097	2,55
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3,346	87,98
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 0,110	2,88
LUCRO	R\$ 3,237	94,00
FRANGO COZIDO		
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 3,44	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,097	2,55
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3,346	87,98
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 0,110	2,88
LUCRO	R\$ 3,237	94,00

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
<b>Circulante</b>	<b>3.002,83</b>	<b>Circulante</b>	
<i>Disponível</i>			
Caixa			
<i>Estoque</i>			
MATÉRIA PRIMA ALIMENTAR	3.002,83		
E MAT. DIVERSOS			
<b>Permanente</b>	<b>18.650,00</b>	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	21.652,83
<i>Ativo Imobilizado</i>	<i>15.650,00</i>		
Cadeiras	1.200,00	Capital	21.652,83
Mesas	1.000,00		
Freezer	1.600,00		
Cd	400,00		
Dvd	450,00		
Fogão Industrial	600,00		
Microondas	400,00		
Ponto Comercial	10.000,00		
(-) Depreciação Acumulada			
<i>Ativo Diferido</i>	<i>3.000,00</i>		
Despesas de Organização	3.000,00		
(-) Amortização Acumulada			
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>21.652,83</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>21.652,83</b>

**CDV = Custo Direto Variável Mensal**

**DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO**

	<b>MÊS 1</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
<b>Receita Bruta Vendas</b>	<b>3.066,15</b>	<b>36.757,08</b>	<b>47.784,21</b>	<b>62.119,47</b>	<b>80.755,31</b>	<b>104.981,91</b>
(-) Deduções ICMS	(521,25)	-6248,70	8123,3154	-10560,31	13728,40305	17846,92397
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>2.544,90</b>	<b>30.508,38</b>	<b>39.660,89</b>	<b>51.559,16</b>	<b>67.026,91</b>	<b>87.134,98</b>
<b>Custos Operacionais</b>						
(-) Custos do Período Custos Das Mercadorias Vendidas	(92,48)	(1.109,76)	-1131,95	-1130,95	-1129,95	-1128,95
<b>Lucro Operacional Bruto</b>	<b>2.452,42</b>	<b>29.398,62</b>	<b>38.528,94</b>	<b>50.428,21</b>	<b>65.896,96</b>	<b>86.006,03</b>
<b>Despesas Operacionais</b>						
(-) Despesas outras despesas	(382,16)	(4.585,89)	4677,6078	-4771,15	-4866,573	-4963,9044
		(1.565,00)	-1408,5	-1267,65	-1140,885	-1026,8
<b>Lucro Operacional (+/-) Rec./Desp. não Operacionais</b>	<b>2.070,27</b>	<b>23.247,73</b>	<b>32.442,84</b>	<b>44.389,41</b>	<b>59.889,50</b>	<b>80.015,33</b>
Lucro antes do Imposto de Renda	2.070,27	23.247,73	32.442,84	44.389,41	59.889,50	80.015,33
(-) Imposto de Renda	(62,11)	-697,43	973,28505	1331,68232	1796,685031	-2400,45982
<b>Lucro Líquido</b>	<b>2.008,16</b>	<b>22.550,30</b>	<b>31.469,55</b>	<b>43.057,73</b>	<b>58.092,82</b>	<b>77.614,87</b>

BALANÇO PATRIMONIAL					
ATIVO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>Circulante</b>	<b>24.783</b>	<b>37.753</b>	<b>50.774,61</b>	<b>67.066,81</b>	<b>87.679,39</b>
<i>Disponível</i>					
Caixa		12.539	25.121,58	40.967,41	61.125,87
<i>Estoques</i>					
MATÉRIA PRIMA ALIMENTAR	24.783	25.214	25.653,03	26.099,40	26.553,53
E MAT. DIVERSOS					
<b>Permanente</b>	<b>16.785</b>	<b>15.107</b>	<b>13.596</b>	<b>12.236</b>	<b>11.013</b>
<i>Ativo Imobilizado</i>					
Cadeiras	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Mesas	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Freezer	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600
Cd	400	400	400	400	400
Dvd	450	450	450	450	450
Fogão Industrial	600	600	600	600	600
Microondas	400	400	400	400	400
Depreciação acumulada móveis e utensílios	565	1.074	1531,15	1943,035	2313,735
Ponto Comercial	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
(-) Depreciação Acumulada Imóveis	1.000	1.900	2.710	3.439	4.095
<i>Ativo Diferido</i>	<i>2.700</i>				
Despesas de Organização	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
(-) Amortização Acumulada	300	570	813	1.032	1.229
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>41.568</b>	<b>52.860</b>	<b>64.370,46</b>	<b>79.303</b>	<b>98.692</b>
<b>PASSIVO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>	R\$ 3.158				
SALÁRIOS A PAGAR	R\$ 382				
compra a prazo	R\$ 2.776				
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO</b>					

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO				CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO			
<b>BIFE ACEBOLADO</b>				<b>BIFE A MILANESA</b>			
Ponto de Equilíbrio =		Custos + Despesas Fixas		Ponto de Equilíbrio =		Custos + Despesas Fixas	
		Margem de Contribuição Unitária				Margem de Contribuição Unitária	
Preço de Venda/Unid			3,75	Preço de Venda/Unid			3,82
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	0,1153		Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	0,1197	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	1.096,78		Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	1.096,78	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	3,63		Margem de Contribuição Unitária	R\$	3,70	
Ponto de Equilíbrio/Unid			301,93	Ponto de Equilíbrio/Unid			296,39
Ponto de Equilíbrio em und $\frac{1.096,89}{3,63} = 302$				Ponto de Equilíbrio em und $\frac{1.096,89}{3,70} = 296$			
Ponto de Equilíbrio em R\$ 1.131,71				Ponto de Equilíbrio em R\$ 1.132,36			
CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO				CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO			
<b>BIFE A CAVALO</b>				<b>FRANGO FRITO</b>			
Ponto de Equilíbrio =		Custos + Despesas Fixas		Ponto de Equilíbrio =		Custos + Despesas Fixas	
		Margem de Contribuição Unitária				Margem de Contribuição Unitária	
Preço de Venda/Unid			3,80	Preço de Venda/Unid			3,44
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	0,1187		Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	0,0970	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	1.096,78		Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	1.096,78	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	3,69		Margem de Contribuição Unitária	R\$	3,35	
Ponto de Equilíbrio/Unid			297,65	Ponto de Equilíbrio/Unid			327,77
Ponto de Equilíbrio em und $\frac{1.096,89}{3,69} = 298$				Ponto de Equilíbrio em und $\frac{1.096,87}{3,35} = 328$			
Ponto de Equilíbrio em R\$ 1.132,21				Ponto de Equilíbrio em R\$ 1.128,68			
CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO				PONTO DE EQUILÍBRIO CONSOLIDADO			
<b>FRANGO COZIDO</b>							
Ponto de Equilíbrio =		Custos + Despesas Fixas		Ponto de Equilíbrio =		Custos + Despesas Fixas	
		Margem de Contribuição Unitária				Margem de Contribuição Unitária	
Preço de Venda/Unid			3,44	Preço de Venda/Unid			18,26
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	0,0970		Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	0,5477	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	1.096,78		Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	1.096,78	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	3,35		Margem de Contribuição Unitária	R\$	17,71	
Ponto de Equilíbrio/Unid			327,77	Ponto de Equilíbrio/Unid			61,95
Ponto de Equilíbrio em und $\frac{1.096,87}{3,35} = 328$				Ponto de Equilíbrio em und $\frac{1.097,32}{61,95} = 18$			
Ponto de Equilíbrio em R\$ 1.128,68				Ponto de Equilíbrio em R\$ 1.131,26			



Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	21.652,83			-21.652,83			
1		36.555,58	42.530,27	-5.974,69	-28%	(3,62)	1.530
2		47.522,26	43.270,30	4.251,96	20%	5,09	965
3		61.778,94	44.023,20	17.755,74	82%	1,22	659
4		80.312,62	44.789,20	35.523,41	164%	0,61	349
5		104.406,40	45.568,53	58.837,87	272%	0,37	349

Taxa de Retorno Contábil

=

$$\frac{\text{Fluxo Caixa anual}}{\text{Investimento}}$$

44%

Payback

=

$$\frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo Caixa anual}}$$

VPL

=

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

VPL = Valor Presente Líquido

Fn = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

VPL	=	R\$ 9.718,08
-----	---	--------------

TIR	=	44%
-----	---	-----