



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO PARA UM
EMPREENDIMENTO: APLICAÇÃO PRÁTICA EM UM CYBER CAFÉ.**

**ELANE CRISTINA TEIXEIRA CORRÊA - 05010001401
MARIA DE NAZARÉ CRUZ DE OLIVEIRA – 05010005701**

**BELÉM
2009**

ELANE CRISTINA TEIXEIRA CORRÊA - 05010001401
MARIA DE NAZARÉ CRUZ DE OLIVEIRA - 05010005701

**A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO PARA UM
EMPREENHIMENTO: APLICAÇÃO PRÁTICA EM UM CYBER CAFÉ.**

Trabalho apresentado à Faculdade de
Ciências Contábeis da Universidade
Federal do Pará para a avaliação da
disciplina Administração Financeira
e Orçamento Empresarial.
Professor: Héber Lavor Moreira.

BELÉM
2009

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	3
2	GESTÃO E PLANEJAMENTO.....	4
2.1	GESTÃO	4
2.2	PLANEJAMENTO	5
2.2.1	Planejamento Estratégico	6
2.2.2	Planejamento Tático	6
2.2.3	Planejamento Operacional	7
3	PLANO DE NEGÓCIO.....	8
3.1	CONCEITO.....	8
3.2	IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO.....	8
3.3	OBJETIVOS DO PLANO DE TRABALHO	9
3.4	ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO.....	9
4	INDICADORES DE VIABILIDADE DO NEGÓCIO	10
4.1	LUCRATIVIDADE	10
4.2	RENTABILIDADE.....	10
4.3	PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (<i>PAYBACY</i>)	10
4.4	PONTO DE EQUILÍBRIO (PE).....	11
4.5	VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)	11
4.6	TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	12
5	APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIO	13
1	SUMÁRIO EXECUTIVO	16
1.1	DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	16
1.2	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS	16
1.3	LOCALIZAÇÃO	16
1.4	NATUREZA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO	17
1.5	MERCADO.....	17
1.6	CONCORRÊNCIA	17
2	PLANO FINANCEIRO.....	18
2.1	FONTES DE RECURSOS.....	18
2.2	INVESTIMENTO INICIAL	18
2.3	BALANÇO PATRIMONIAL.....	19
2.4	QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS	20
2.5	FOLHA DO PRODUTO.....	21
2.6	DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	21
2.7	FLUXO DE CAIXA.....	22
2.8	DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – DRE.....	23
3	ANÁLISE DO EMPREENDIMENTO	24
3.1	LUCRATIVIDADE	24
3.2	RENTABILIDADE.....	24
3.3	PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (<i>PAYBACY</i>)	24
3.4	PONTO DE EQUILÍBRIO	25
3.5	VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)	25
3.6	TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	25
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
	REFERÊNCIAS.....	27

1 INTRODUÇÃO

Diante do mundo globalizado, as empresas desempenham um papel de extrema importância para o desenvolvimento econômico de um país, tornando-se assim, cada vez mais notória a competição entre elas. Neste cenário atual, as Micro e Pequenas Empresas, fontes propulsoras de desenvolvimento econômico e social, têm um papel fundamental para a economia brasileira.

As micro e pequenas empresas são responsáveis pelo grande crescimento do país, o seu alto grau de empregabilidade, tem proporcionado geração de emprego e renda, impulsionando assim a economia do país, logo, a sua sobrevivência torna-se fundamental para a sociedade. Porém, estudo realizado pelo SEBRAE revela que existem elevadas taxas de mortalidade entre as micro e pequenas empresas.

Segundo a pesquisa do SEBRAE (2008), o planejamento antes da abertura, políticas governamentais de apoio e uma boa gestão de negócio após sua abertura, foram os fatores mais citados pelos empresários ao responderem sobre as principais causas do fechamento da empresa. O fato de o Planejamento prévio ser o mais citado, de certa forma é o reconhecimento das suas próprias falhas cometidas por esses gestores.

O Planejamento é essencial para a sobrevivência e sucesso de qualquer empresa, sem fazê-lo as empresas não terão como competir em todos os campos, só através de um planejamento prévio que elas saberão tomar sábias decisões.

Devido a isso, este estudo discute a importância da elaboração de um Plano de Negócio antes de iniciar um empreendimento, de como esse dará ao empresário a capacidade de avaliar a viabilidade do seu empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, organizacional, e também avaliar a evolução do empreendimento ao longo de sua implantação.

Neste estudo apresentaremos também, a viabilidade econômica de um empreendimento, a partir da elaboração do plano de negócio do cyber “Espaço Virtual Ltda.”

2 GESTÃO E PLANEJAMENTO

2.1 GESTÃO

A palavra gestão é originada do latim *gestione*, quer dizer ato de gerir, gerência, administração ou direção.

Segundo Ferreira (2003) “Gestão é o processo levado a cabo por um ou mais indivíduos, de coordenação de outras pessoas, com vista a alcançar resultados que não seriam possíveis pela ação isolada de uma pessoa”.

Segundo nos ensina Catelli (1972) *apud* FERNANDES (2004, p. 2):

[...]

Gerir é fazer as coisas acontecerem. A pessoa que faz a gerência, denominado Gestor, é quem toma as decisões para que as coisas aconteçam de tal forma que a empresa atinja seus objetivos. Assim administrar é conduzir a organização para seus objetivos.

De acordo um dos pais da administração, Henri Fayol, o gestor é definido pelas suas funções no interior da organização, é a pessoa a quem compete à interpretação dos objetivos propostos pela organização e atua através do planejamento, da organização, da direção e controle, que são funções básicas para qualquer empreendimento, formando assim um processo administrativo, que deve ser cíclico, dinâmico e interativo, com a finalidade de atingir os objetivos da organização.

Assim, a Gestão é o canal para a ação empreendedora de pessoas, que buscam através de idéias novas, obterem bons resultados. O comprometimento com o empreendedorismo leva à inovação. Vivemos em uma sociedade de caráter empreendedor, em uma economia empreendedora, o que conduz a uma gestão empreendedora, pois o empreendedor não é apenas um dinamizador, é também um gestor eficiente.

Segundo estudo do SEBRAE (2008), dentre os principais fatores relacionados à morte prematura das Micro e Pequenas Empresas está à gestão ineficaz, e para sobreviver neste cenário de competitividade é necessário que os seus proprietários tenham conhecimento específico prévio, para entrar no mercado, crescer e se destacar. A Globalização tem exigido reformulação das estratégias empresarias, e as constates falhas gerencias na condução dos negócios, podem impedir de levar a empresa de ter uma nova postura no mercado, inúmeros autores retratam a necessidade de planejamento no processo de gestão.

2.2 PLANEJAMENTO

Para Sanvicente (2006) *apud* VIEIRA (2008, p. 37)

Planejar é estabelecer com antecedência as ações a serem executadas, estimar os recursos a serem empregados, definir as atribuições de responsabilidades correspondentes em relação a um período futuro determinado, controlar e acompanhar a execução das atividades de maneira mais rápida possível e comparar o desempenho efetivo com o planejado.

O Planejamento é essencial para a sobrevivência e sucesso de uma empresa, as empresas não tem forças para competir em todos os campos, só através de um planejamento prévio que elas saberão tomar sábias decisões.

Resnik (1990, p. 259) afirma: “[...] um planejamento eficaz para uma pequena empresa visa ações e resultados. Envolve converter objetivos que desafiam, mas que são concretos e realistas em atividades produtivas. A finalidade é melhor desempenho e maior lucro.”

Segundo Fernandes (2004) o Planejamento se caracteriza por decisões tomadas no presente tendo vista um futuro desejável e os caminhos a atingi-lo. Algumas características devem ser destacadas no planejamento:

- I- O planejamento antecede às operações;
- II- O planejamento sempre existe em uma empresa, mesmo que informal, e quando informal estará contido no cérebro do dirigente;
- III- O planejamento deve ser um processo flexível e dinâmico, o que permitirá adaptações às mudanças ambientais;
- IV- O planejamento diminui riscos e incertezas quanto aos objetivos almejados pela empresa; (FERNANDES, 2004, p. 2)

De acordo com Bedê (2004) *apud* Azevedo; Machado e Silva (2007), os principais motivos para o encerramento precoce das micro e pequenas empresas são: a falta de planejamento do negócio antes de sua abertura; a má gestão nos primeiros anos de atividade envolvendo finanças, aperfeiçoamento de produto, divulgação, vendas, assessoria técnica; a insuficiência de políticas públicas de apoio, sejam tributárias, trabalhistas ou de crédito; a conjuntura econômica, em que o consumo está retraído, a concorrência forte; e problemas pessoais dos donos da empresa, de saúde, de sucessão.

Segundo a pesquisa do SEBRAE (2008) intitulada “10 anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas”, o planejamento antes da abertura (32%), políticas governamentais de apoio (26%) e uma boa gestão de negócio após a abertura (19%), foram os fatores mais citados pelos empresários ao responderem sobre as principais causas do fechamento da empresa. O fato de o Planejamento prévio ser o

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

mais citado, de certa forma é o reconhecimento das suas próprias falhas cometidas por esses gestores.

O Planejamento pode ser visto em três níveis: Planejamento Estratégico, Tático e Operacional.

2.2.1 Planejamento Estratégico

Segundo Drucker (1974) *apud* Fernandes (2006) “ o planejamento estratégico não envolve decisões futuras e sim a futuridade das decisões atuais”. Sendo que para o administrador o que importa são os efeitos que sua decisão atual, terá no futuro.

Para Maximiano (2006) *apud* Côrrea (2009) o processo de planejamento estratégico compreende a tomada de decisões sobre qual o padrão de comportamento que a organização pretende seguir, produtos e serviços que pretende oferecer, e mercados e clientes que pretende atingir.

Planejamento estratégico é o processo de elaborar a estratégia - definindo a relação entre a organização e o ambiente.

Agnoncelli e Vasconcelos (1992) elaboram cinco importantes atributos do planejamento estratégico.

1.O planejamento estratégico lida com questões fundamentais ou básicas. Dá resposta a perguntas como, por exemplo: " Em que ramo estamos e em que ramo deveríamos estar ?" e "Quem são nossos clientes e quem deveriam ser eles ? "

2.O planejamento estabelece um quadro de referência para o planejamento mais detalhado e para as decisões administrativas do dia-a-dia. Diante destas decisões, o administrador pode indagar: "Qual dos caminhos possíveis será mais compatível com nossa estratégia?"

3.O planejamento estratégico envolve um prazo maior que outros tipos de planejamento;

4.O planejamento estratégico dá um sentido de coerência e força aos atos e decisões da organização no tempo;

5.O planejamento estratégico é uma atividade de nível superior no sentido de que a direção tem que ter uma participação ativa nele. Isto ocorre porque, em primeiro lugar, só a direção tem acesso às informações necessárias para se levar em consideração todos os aspectos da organização; e, em segundo lugar, porque o compromisso da direção é necessário a fim de se conseguir o compromisso dos níveis mais baixos.

2.2.2 Planejamento Tático

De acordo com Oliveira (1993) *apud* Vieira (2008), o Planejamento Tático é desenvolvido a partir dos níveis organizacionais inferiores, com a finalidade de utilizar eficientemente os recursos disponíveis para o atendimento dos objetivos propostos. "O

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

Planejamento Tático tem por objetivo otimizar determinada área de resultado e não a empresa como um todo" (Oliveira, 1993 p. 38).

O Planejamento Tático, é a tomada das decisões que abrangem as áreas funcionais da empresa, refletem as atividades do presente e do futuro próximo, envolvem empreendimentos mais limitados, prazos mais curtos, áreas menos amplas e níveis mais inferiores da hierarquia organizacional. Cujo objetivo é controlar as operações da empresa, alocar recursos e tomar decisões de nível intermediário. (PICCHIAI, 2008)

O Planejamento tático está contido no planejamento estratégico, pois o planejamento tático de um setor da empresa em relação ao planejamento estratégico da organização é estratégico em relação a cada uma das seções que compõem aquele departamento. As idéias passam a ser materializadas, ocorrendo assim uma interpretação das tomadas de decisões, estratégia a fim de orientar o nível operacional em suas tarefas e atividades, pra que se alcance assim, os objetivos da empresa.

Características do Planejamento Tático segundo Pichiai (2008, p. 11):

1. Está relacionado às atividades presentes e aquelas situadas em futuro próximo.
2. Visa o controle e a integração das operações da empresa.
3. Preocupa-se com a alocação atual de recursos, especialmente através do processo orçamentário.
4. Nível de decisão intermediário.
5. Dimensão temporal: inferior ao planejamento estratégico.
6. Abrangência: somente a área funcional.

2.2.3 Planejamento Operacional

De acordo com Pichiai (2008), O Planejamento operacional se preocupa basicamente com “o que fazer” e “como fazer”. Ele está voltado para a otimização e maximização de resultados, em nível de tarefas e operações.

Características do Planejamento Operacional segundo Pichiai (2008, p. 14):

1. Seu caráter é imediatista, focaliza curto prazo.
2. Implantação de rotinas.
3. Está voltado para a eficiência, enquanto que a eficácia é problema dos níveis institucional e intermediário da organização

Para Oliveira (1993) O Planejamento Operacional pode ser considerado como a formalização, principalmente através de documentos escritos, das metodologias de desenvolvimento e implantação estabelecidas. Portanto, nesta situação, têm-se os planos de ação ou planos operacionais.

No planejamento operacional ocorre um desdobramento dos planos táticos de cada departamento em planos operacionais para cada tarefa.

3 PLANO DE NEGÓCIO

3.1 CONCEITO

Conforme SEBRAE (2007) Um plano de negócio é um documento que relata os objetivos de um empreendimento e quais os passos a seguir para que se alcancem esses objetivos, afim da diminuição dos riscos e incertezas sobre o empreendimento. Através do plano de negócio o empreendedor identificará os possíveis erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Souza e Qualharini (2008, p.3) afirmam:

O Plano de Negócio é uma forte ferramenta de comunicação para todo tipo e porte de organização. O Plano de Negócio permite definir os propósitos da empresa, sua estratégia competitiva, suas competências essenciais, sua administração, e o conhecimento do seu pessoal. Assim, além de estruturar e organizar as bases iniciais de um empreendimento, o Plano de Negócio é um excelente guia para a tomada de decisões.

3.2 IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO

Segundo Tachizawa e Faria (2007), as falhas gerenciais começam na abertura do empreendimento, pois a falta de planejamento na abertura do negócio, não dar ao empresário a capacidade de avaliar dados pertinentes para o sucesso do empreendimento, pois, num ambiente de negócios cada vez mais competitivo, os empreendedores têm que lutar para manter e desenvolver suas atividades a fim de ter seu espaço no mercado, segundo os autores:

Não se pode tratar nenhum tipo de negócio isoladamente. Para saber, por exemplo, se uma padaria dá dinheiro, é preciso analisar uma série de fatores em conjunto. Deve-se considerar: a localização do negócio (o ponto); quem serão os clientes, concorrentes e fornecedores; a qualificação dos sócios; a experiência no setor; os recursos financeiros disponíveis; atualização de recursos de terceiros (financiamento); os recursos humanos, máquinas e equipamentos necessários; obras de instalação; propaganda; marketing; pesquisa de mercado; a qualidade e o tipo de produtos que serão vendidos e / ou fabricados; o atendimento; a composição do preço de venda, entre outros. (TACHIZAWA E FARIA; 2007; p. 23)

Muitos gestores na administração de uma MPE, não elaboram um plano de negócio, para observar a viabilidade do empreendimento, a necessidade da sua elaboração fica cada vez mais evidente nos dias atuais, quando se consideram os números e os motivos que levam as MPEs a encerrarem as suas atividades prematuramente.

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

Para Dornelas (2001) O Plano de Negócio pode e deve ser usado por todo empreendedor que queira transformar um sonho em realidade, que sintetize em um documento as potencialidades de seu negócio como também os possíveis riscos inerentes ao negócio, com idéias e linguagem claras, que mostre tanto a viabilidade e probabilidade de sucesso no mercado. No caso de empresas que já se encontram em funcionamento, deverá mostrar não só a situação atual da empresa como também aonde ela quer chegar, mostrando os valores dos seus atuais indicadores de desempenho.

3.3 OBJETIVOS DO PLANO DE TRABALHO

Segundo SEBRAE (1999), o plano de negócio tem o objetivo de avaliar o empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional; avaliar a evolução do empreendimento ao longo de sua implantação, comparando o previsto com o realizado e facilitar a obtenção de capital de terceiros, quando o seu capital próprio não é suficiente para dar andamento ao empreendimento.

Cunha e Ferla (1997, p.73) *apud* Vieira (2008) explicam que o Plano de Negócio tem por objetivo “a formalização de todo o conjunto de dados e informações [...], definindo, suas características e condições, possibilitando a análise de viabilidade e os seus riscos, bem como facilitando sua implantação.”

3.4 ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO

Para Dorneles (2001) não existe um modelo para se escrever um plano de negócios, porém, qualquer plano de negócio tem que possuir mínimos de seções as quais deverão proporcionar um entendimento completo do negócio. Cujas seções deverão está organizadas com seqüências lógicas que permitam entender o modo como a empresa está organizada, seus objetivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira.

4 INDICADORES DE VIABILIDADE DO NEGÓCIO

4.1 LUCRATIVIDADE

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos, pois está relacionado à competitividade. Se sua empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá investir mais em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, etc.

$$\text{LUCRATIVIDADE} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{RECEITA TOTAL}} * 100$$

4.2 RENTABILIDADE

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido pelos sócios.

É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano). É calculada por meio da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

$$\text{RENTABILIDADE} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{INVESTIMENTO TOTAL}} * 100$$

4.3 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

O método do payback representa o período de recuperação do investimento inicial é obtido calculando-se o número de anos que será necessário para que os fluxos de caixa futuros acumulados igualem o montante do investimento inicial. Esta alternativa pressupõe inicialmente a definição de um limite de tempo máximo para retorno do investimento. Após a definição deste prazo é analisado o fluxo de recursos do projeto, comparando o volume necessário de investimento com os resultados a serem alcançados futuramente, verificando o período onde o saldo tornou-se igual a zero. Se este prazo de recuperação for um período aceitável pelos proprietários, então o projeto será efetivado, caso contrário será descartado.

4.4 PONTO DE EQUILÍBRIO (PE)

O ponto de equilíbrio representa o momento no qual o faturamento é igual ao total de custos, ou seja, o nível de atividade mínimo no qual a empresa deve operar para conseguir pagar seus custos não havendo lucro portanto. Para a determinação deste, utilizamos a seguinte fórmula:

$$\text{PONTO DE EQUILÍBRIO} = \frac{\text{CUSTOS + DESPESAS FIXAS}}{\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO}} * 100$$

O resultado deste quociente nos fornece a quantidade de produtos ou serviços que devem ser vendidos para que a empresa alcance o ponto de equilíbrio, vendendo uma unidade acima desta, o negócio já estará lucrando. Para determinarmos o valor em unidade monetária, basta multiplicarmos essa quantidade pelo preço de venda.

A margem de contribuição é calculada por meio da diferença entre o preço de venda e o custo variável de cada produto ou serviço, assim, representa o valor com o qual aquele produto ou serviço contribui para a obtenção do lucro.

4.5 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

O Valor Presente Líquido (VPL) é obtido através da subtração do investimento inicial de um projeto, do valor presente das entradas de caixa, descontadas a uma taxa igual ao custo de capital da empresa.

Considerando o valor do dinheiro no tempo, o valor presente líquido é considerado uma técnica de análise de orçamentos de capital, essa técnica desconta os fluxos de caixa da empresa a uma taxa especificada. Conhecida como taxa de desconto, custo de oportunidade ou custo de capital, essa taxa refere-se ao retorno mínimo que um projeto obterá, de forma a manter inalterado o valor de mercado da empresa.

O objetivo de se obter o VPL de um projeto é poder comparar os valores atuais aos retornos que o projeto tem potencial para gerar.

Fórmula da VPL:

$$VPL = -I + \sum \frac{FC}{(1+K)^t}$$

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

Critérios de Decisão para aceitar ou rejeitar um projeto:

- VPL maior que zero: O empresário deve aceitar o projeto, pois o investimento é economicamente atrativo, devido o investimento oferecer uma taxa de retorno superior ao custo do capital aplicado.
- VPL igual a zero: o empresário poderá rejeitar o projeto, haja vista que a lucratividade do projeto é igual a taxa mínima requerida.
- VPL menor que zero: o empresário deverá rejeitar o projeto

4.6 TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

A Taxa Interna de Retorno é a taxa necessária que tornará o valor presente de um investimento, igual aos retornos futuros ou saldos de caixa. Significa a taxa de retorno de um projeto, ou seja, a TIR torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor ao presente das saídas de caixa do projeto de investimento. A TIR é a taxa de desconto que faz com que o valor presente líquido do projeto seja zero.

Critérios da Taxa de Retorno:

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

Quanto maior for a taxa de retorno, a possibilidade de lucratividade do investimento será maior.

5 APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIO

Nesta etapa do estudo apresentamos a elaboração prática de um Plano de Negócio na implantação do Cyber Café “Espaço Virtual Ltda.”

Através do Plano de Negócio o empresário terá condições de avaliar a viabilidade deste empreendimento, de maneiras técnicas, financeira, organizacional e como se dará a sua evolução no decorrer da sua implantação.

Dividindo esta etapa em três partes teremos: Sumário Executivo, Plano Financeiro e Análise do empreendimento.

No Sumário Executivo será demonstrado ao empreendedor o porquê da escolha da implantação de um cyber café nos dias atuais, a descrição organizacional do negócio como: descrição do serviço e produtos que o cyber irá oferecer, a importância do local estratégico, a natureza jurídica e o seu enquadramento, situação atual do mercado e a concorrência local.

O Plano Financeiro indicará a fonte de recurso inicial do negócio, os investimentos iniciais necessários para a implantação do cyber e o valor desse investimento, o detalhamento dos custos variáveis e fixos investidos neste negócio, a determinação para formação do preço de cada produto, o fluxo de caixa, e por consequência a demonstração do resultado desse empreendimento.

Por fim se fará a Análise do Empreendimento, através dos indicadores: índices de lucratividade e rentabilidade, prazo de retorno do investimento, ponto de equilíbrio, valor presente líquido e a taxa de retorno do investimento. Através desses Indicadores o empresário saberá a quantidade mínima a produzir, o tempo em que terá retorno, as taxas de estabilidade do negócio, ou seja, se o capital por ele investido terá lucro.

PLANO DE NEGÓCIO

CYBER ESPAÇO VIRTUAL LTDA

BELÉM
2009

SUMÁRIO

1	SUMÁRIO EXECUTIVO	16
1.1	DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	16
1.2	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS	16
1.3	LOCALIZAÇÃO	16
1.4	NATUREZA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO	17
1.5	MERCADO	17
1.6	CONCORRÊNCIA	17
2	PLANO FINANCEIRO.....	18
2.1	FONTES DE RECURSOS.....	18
2.2	INVESTIMENTO INICIAL	18
2.3	BALANÇO PATRIMONIAL.....	19
2.4	QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS	20
2.5	FOLHA DO PRODUTO.....	21
2.6	DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	21
2.7	FLUXO DE CAIXA.....	22
2.8	DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – DRE.....	23
3	ANALISE DO EMPREENDIMENTO	24
3.1	LUCRATIVIDADE	24
3.2	RENTABILIDADE.....	24
3.3	PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (<i>PAYBACY</i>)	24
3.4	PONTO DE EQUILÍBRIO	25
3.5	VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)	25
3.6	TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	25
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	26

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

Na atualidade, a maioria da população mundial sente a necessidade de estar conectado à internet, seja para obter ou postar informações, para se comunicar com o mundo ou simplesmente jogar os mais variados games interativos disponíveis.

Estabelecimentos do tipo cyber café oferecem as pessoas estas possibilidades em um ambiente seguro e confortável, e de maneira prática, o que atrai aquelas que passam a maior parte do dia fora de casa. Além disso, em um país como o Brasil, ainda são poucas as pessoas que possuem um computador em suas residências este número diminui ainda mais se considerarmos aquelas que possuem acesso à internet em casa.

Diante do exposto, achamos conveniente montar um empreendimento do tipo cyber café para atender a essas e outras necessidades.

1.2 DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS

Neste empreendimento pretendemos oferecer para os diversos clientes do cyber café “Espaço Virtual Ltda.” serviços e produtos tais como:

- Acesso a internet;
- Impressão;
- Digitação;
- Escaneamento;
- Xerox;
- Encadernação;
- Gravação de CD e DVD; e
- a venda de artigos de informática, tais como, CD, DVD.

Nesse primeiro momento não planejamos ter lanchonete no estabelecimento, pois isto demandaria a contratação de serviços especializados o que ainda não é viável, futuramente provavelmente poderemos oferecer mais este serviço.

1.3 LOCALIZAÇÃO

O estabelecimento estará localizado na Avenida José Malcher Nº 123, entre as travessas Alcindo Cacula e 14 de março, no bairro de Nazaré. Escolhemos esta área por verificarmos que são escassos estabelecimentos do tipo presentes nas proximidades e a

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

existência de várias escolas e universidades que oferecem um grande número de clientes em potencial.

1.4 NATUREZA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO

A Natureza Jurídica da empresa será uma Sociedade Empresarial Limitada, com seus atos constitutivos arquivados na Junta Comercial do Estado do Pará, com a integralização do capital social pelo valor de R\$ 41.000,00.

A empresa optará no seu enquadramento tributário pelo Simples Nacional.

1.5 MERCADO

Os cybers café através de um ambiente seguro e confortável têm atraído vários clientes em potencialidade, quando oferecem aos mais variados tipos de clientes, serviços essenciais na atualidade.

O público alvo do empreendimento será diversificado, devido à localização do negócio se concentrar perto de escolas de ensino médio e universidades. Os clientes serão na grande maioria adolescentes e universitários, que utilizam o cyber para pesquisas, digitação, xerox, impressão de documentos etc. Ficando a disposição também para um público seletivo, atraído pela boa qualidade, preço estável e excelente prestação dos serviços.

1.6 CONCORRÊNCIA

A Localização do Ponto se deu principalmente pela concorrência, fazendo uma análise do local, verificou-se que embora existam muitas escolas de ensino médio e universidades na proximidade, há uma deficiência de mercado para atender a demanda desses clientes.

Os poucos concorrentes que existem não têm infra-estrutura adequada e pouca qualidade de atendimento ao cliente, o que torna para nós fator positivo, devido o nosso empreendimento estar com uma boa infra-estrutura, pessoas com capacitação técnica em atendimento ao cliente, o preço, tornando assim o espaço atrativo e agradável para o cliente, o que por certo determinará na escolha do cyber e atrairá com isso futuros clientes.

*Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio***2 PLANO FINANCEIRO****2.1 FONTES DE RECURSOS**

Os recursos investidos no empreendimento, correspondem do investimento total, 57% de recursos de terceiros e 43% de capital próprio.

2.2 INVESTIMENTO INICIAL

INVESTIMENTO INICIAL			41.000,00
INVESTIMENTO FIXO	Unidade	RS	Total
Microcomputadores	11,00	1.400,00	15.400,00
Televisão	1,00	2.000,00	2.000,00
Cadeiras	18,00	45,00	810,00
Sofá	2,00	350,00	700,00
Cabine para Computador	8,00	40,00	320,00
Vitrine	1,00	500,00	500,00
Impressora Multifuncional	1,00	400,00	400,00
Máquina Copiadora	1,00	4.500,00	4.500,00
Perfuradora	1,00	249,00	249,00
Ar condicionado	1,00	1.500,00	1.500,00
Guilhotina	1,00	68,00	68,00
Bebedouro	1,00	439,00	439,00
TOTAL			26.886,00
CAPITAL DE GIRO			
Caixa			3.250,20
CUSTOS FIXOS			
Aluguel			500,00
Telefone			100,00
Água			60,00
Energia Elétrica			400,00
Internet			150,00
Pró-labore			1.400,00
Salários			600,00
Encargos sobre salários			400,00
Material de Limpeza			40,00
Depreciação			355,72
TOTAL			4.005,72
CUSTOS VARIÁVEL			
Descrição	Unid	RS	Total
Papel A4	150,00	10,00	1.500,00
Tonner	8,00	90,00	720,00
Cartucho	9,00	35,00	315,00
espiral	9,00	2,98	26,82
capa para encadernação	9,00	37,74	339,66
Capa para CD e DVD	270,00	0,08	21,60
CD	150,00	0,50	75,00
DVD	100,00	0,60	60,00
TOTAL			3.058,08
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAL			
Despesa de Legalização			800,00
Benfeitoria de Imóvel			3.000,00
TOTAL			3.800,00

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

A composição do investimento inicial para a implantação do cyber foi avaliado no valor de R\$ 41.000,00, visando à aquisição do imobilizado, os custos fixos e variáveis e os investimentos pré-operacionais, utilizado para a abertura do negócio.

2.3 BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO DE ABERTURA			
ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante	10.314,00	Passivo Circulante	23.400,00
Disponibilidade	3.250,20	Fornecedores	10.989,00
Caixa	3.250,20	Contas a Pagar	12.411,00
Estoque	7.063,80		
Ativo Não Circulante		Passivo não Circulante	
Ativo Realizável a longo prazo		Passivo Exigível a Longo Prazo	
Ativo Permanente			
Imobilizado	26.886,00	Patrimônio Líquido	17.600,00
Móveis e Utensílios	2.330,00	Capital	17.600,00
(-) Depreciação Acumulada			
Computadores e Periféricos	15.800,00		
(-) Depreciação Acumulada			
Máquinas e Equipamentos	8.756,00		
(-) Depreciação Acumulada			
Intangível			
Diferido	3.800,00		
Despesas pré operacionais	3.800,00		
(-)Amortização Acumulada			
TOTAL	41.000,00	TOTAL	41.000,00

O Balanço Patrimonial é a demonstração destinada a evidenciar, resumidamente, O Patrimônio da entidade, quantitativamente e qualitativamente.

O Balanço Patrimonial inicial evidencia de maneira clara todos os bens, direitos, obrigações e o Patrimônio líquido, que compõem os investimentos iniciais do empreendimento. (RIBEIRO, 1999).

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

2.4 QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS

QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS											
CUSTOS FIXOS	Descrição de Serviço e Produto										Total
	Internet	Digitação	Impressão	Xerox	Encadenação	Escaneamento	Gravação de CD	Gravação de DVD	CD	DVD	
	Quantidade Mensal										
	1.536,00	480,00	480,00	60.000,00	168,00	192,00	72,00	48,00	20,00	20,00	
Aluguel	212,19	3,81	3,81	276,07	1,33	1,52	0,57	0,38	0,16	0,16	500,00
Telefone	2,44	0,76	0,76	95,21	0,27	0,30	0,11	0,08	0,03	0,03	100,00
Água	1,46	0,46	0,46	57,13	0,16	0,18	0,07	0,05	0,02	0,02	60,00
Energia Elétrica	109,75	53,05	53,05	180,86	1,07	1,22	0,46	0,30	0,13	0,13	400,00
Internet	150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,00
Pró-Labore	734,12	10,66	10,66	632,99	3,73	4,27	1,60	1,07	0,44	0,44	1.400,00
Salários	84,62	74,57	74,57	221,28	71,60	71,83	0,69	0,46	0,19	0,19	600,00
Encargos	59,75	53,05	53,05	130,86	51,07	51,22	0,46	0,30	0,13	0,13	400,00
Material de Limpeza	0,97	0,30	0,30	38,09	0,11	0,12	0,05	0,03	0,01	0,01	40,00
Depreciação	210,00	11,67	11,67	37,50	21,15	21,15	21,15	21,15	0,11	0,11	355,66
TOTAL	1.565,31	208,33	208,33	1.669,99	150,48	151,81	25,15	23,82	1,22	1,22	4.005,66
CUSTOS VARIÁVEIS											
Papel A4	-	-	9,60	1.200,00	-	-	-	-	-	-	1.209,60
Tonner	-	-	-	600,00	-	-	-	-	-	-	600,00
Cartucho	-	-	168,00	-	-	-	-	-	-	-	168,00
espiral	-	-	-	-	10,01	-	-	-	-	-	10,01
capa para encadenação	-	-	-	-	126,81	-	-	-	-	-	126,81
capa para CD e DVD	-	-	-	-	-	-	5,76	3,84	1,60	1,60	12,80
CD	-	-	-	-	-	-	36,00	-	10,00	-	46,00
DVD	-	-	-	-	-	-	-	28,80	-	12,00	40,80
TOTAL			177,60	1.800,00	136,82	-	41,76	32,64	11,60	13,60	2.214,02
CUSTOS TOTAL	1.565,31	208,33	385,93	3.469,99	287,30	151,81	66,91	56,46	12,82	14,82	6.219,68

Através do Quadro Estrutural de Custo, é feito o levantamento mensal dos custos variáveis e dos custos fixos, observando assim o detalhamento do custo variável e fixo de cada produto ou serviço.

Neste empreendimento o rateio dos custos fixos foi realizado considerando-se a quantidade total de todos os produtos ou serviços previstos para um mês, da seguinte forma: dividimos cada custo fixo pelo total de quantidades previstas para um mês e depois multiplicamos pela quantidade prevista de cada serviço ou produto no qual aquele custo fixo é utilizado. Assim, o custo com internet, ficou alocado apenas no serviço de acesso à internet uma vez que este custo está ligado diretamente apenas a este serviço.

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

Como alguns serviços possuem uma quantidade prevista muito grande, estes ficariam sobrecarregados pela maior parte dos custos, por isso, resolvemos fazer uma redistribuição de alguns valores para outros serviços ou produtos com quantidade prevista menor para assim mantermos um equilíbrio.

2.5 FOLHA DO PRODUTO

FOLHA DO PRODUTO										
Itens necessários p/ Serviço ou produto	Descrição de Serviço e Produto									
	Internet	Digitação	Impressão	Xerox	Encadenação	Escaneamento	Gravação de CD	Gravação de DVD	CD	DVD
	CUSTOS FIXOS									
Aluguel	0,14	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Telefone	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Água	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Energia Elétrica	0,07	0,11	0,11	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Internet	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pró-Labore	0,48	0,02	0,02	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Salários	0,06	0,16	0,16	0,00	0,43	0,37	0,01	0,01	0,01	0,01
Encargos	0,04	0,11	0,11	0,00	0,30	0,27	0,01	0,01	0,01	0,01
Material de Limpeza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciação	0,14	0,02	0,02	0,00	0,13	0,11	0,29	0,44	0,01	0,01
TOTAL p/ Unidade	1,02	0,43	0,43	0,03	0,90	0,79	0,35	0,50	0,06	0,06
CUSTOS VARIÁVEIS										
Papel A4	-	-	0,02	0,02	-	-	-	-	-	-
Tonner	-	-	-	0,01	-	-	-	-	-	-
Cartucho espiral	-	-	0,35	-	-	-	-	-	-	-
capa para encadenação	-	-	-	-	0,75	-	-	-	-	-
capa para CD e DVD	-	-	-	-	-	-	0,08	0,08	0,08	0,08
CD	-	-	-	-	-	-	0,50	-	0,50	-
DVD	-	-	-	-	-	-	-	0,60	-	0,60
TOTAL P/ Unidade	-	-	0,37	0,03	0,81	-	0,58	0,68	0,58	0,68

A folha do produto nos mostra o quanto de cada custo fixo e custo variável possui uma unidade de cada produto e serviço para formação do custo unitário total.

2.6 DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Para a determinação do preço de venda dos produtos e serviços utilizamos a seguinte fórmula abaixo, onde a mesma mostrará através do custo total, o preço de venda do serviço ou produto de acordo com a margem de lucro estimada.

$$\text{PREÇO DE VENDAS} = \frac{\text{CUSTO TOTAL}}{1 - (\text{Impostos} + \text{Margem de Lucro})}$$

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DOS SERVIÇOS E PRODUTOS										
DESCRIÇÃO	Descrição de Serviço e Produto									
	Internet	Digitação	Impressão	Xerox	Encadenação	Escaneamento	Gravação de CD	Gravação de DVD	CD	DVD
Custo total por unidade	1,02	0,43	0,80	0,06	1,71	1,71	0,93	1,18	0,64	0,74
IMPOSTOS + MARGEM DE LUCRO										
Impostos	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045	0,045
Margem de Lucro	0,28	0,41	0,15	0,18	0,21	0,17	0,34	0,56	0,20	0,31
Total	0,32	0,46	0,20	0,23	0,26	0,21	0,38	0,61	0,25	0,36
Preço de Venda	1,50	0,80	1,00	0,07	2,30	2,16	1,50	3,00	0,85	1,15
TESTE										
Custo total por unidade	1,02	0,43	0,80	0,06	1,71	1,71	0,93	1,18	0,64	0,74
Impostos	0,07	0,04	0,04	0,00	0,10	0,10	0,07	0,14	0,04	0,05
Margem de Lucro	0,41	0,33	0,15	0,01	0,48	0,36	0,50	1,69	0,17	0,36
Preço de Venda	1,50	0,80	1,00	0,07	2,30	2,16	1,50	3,00	0,85	1,15

2.7 FLUXO DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Caixa Inicial		27.183,17	54.140,72	80.647,41	106.441,63
RECEBIMENTO					
Faturamento	102.128,53	109.277,52	116.926,95	125.111,84	133.869,66
Receitas à vista					
PAGAMENTO					
Custos Variáveis	31.164,01	34.230,55	37.598,84	41.298,57	45.362,34
	15.676,95	17.219,57	18.913,97	20.775,11	22.819,38
	10.891,28	11.962,98	13.140,14	14.433,12	15.853,34
Impostos	4.595,78	5.048,01	5.544,73	6.090,33	6.689,62
Custos Fixos	43.781,34	48.089,42	52.821,42	58.019,05	63.728,12
Aluguel	5.997,33	6.587,47	7.235,68	7.947,67	8.729,72
Telefone	1.199,47	1.317,49	1.447,14	1.589,53	1.745,94
Água	719,68	790,50	868,28	953,72	1.047,57
Energia Elétrica	4.797,87	5.269,98	5.788,54	6.358,14	6.983,78
Internet	1.800,00	1.977,12	2.171,67	2.385,36	2.620,08
Pró-Labore	16.792,54	18.444,92	20.259,90	22.253,48	24.443,22
Salários	7.196,80	7.904,97	8.682,81	9.537,20	10.475,66
Encargos	4.797,87	5.269,98	5.788,54	6.358,14	6.983,78
Matéria de Limpeza	479,79	527,00	578,85	635,81	698,38
Custo Total	74.945,35	82.319,97	90.420,26	99.317,61	109.090,47
SALDO DE CAIXA	27.183,17	54.140,72	80.647,41	106.441,63	131.220,83

Essa etapa do empreendimento demonstra a projeção do saldo do fluxo de caixa para cinco anos, projetado com o crescimento de 7% ao ano do faturamento, levando em consideração o índice IGPM (Índice Geral de Preço de Mercado da Fundação Getúlio Vargas), acumulado em 9,84 % no ano.

Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio

O fluxo de caixa é um dos instrumentos gerenciais de maior relevância para a empresa, uma vez que, ao ser projetado para períodos futuros, permite ao gestor verificar qual o melhor momento para a realização de novos investimentos.

2.8 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – DRE

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO -DRE					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receita Bruta de Vendas	102.128,53	109.277,52	116.926,95	125.111,84	133.869,66
Vendas de Mercadoria	102.128,53	109.277,52	116.926,95	125.111,84	133.869,66
(-) Deduções da Receita Bruta	(4.595,78)	(5.048,01)	(5.544,73)	(6.090,33)	(6.689,62)
Impostos sobre serviços e produto	(4.595,78)	(5.048,01)	(5.544,73)	(6.090,33)	(6.689,62)
(=) Receita Líquida de Vendas	97.532,74	104.229,51	111.382,22	119.021,50	127.180,04
(-) Custos das Mercadorias Vendidas	26.568,23	29.182,54	32.054,11	35.208,23	38.672,72
(=) Lucro Operacional Bruto	70.964,51	75.046,97	79.328,11	83.813,27	88.507,32
Despesas Operacionais	48.429,94	52.738,02	57.470,02	62.667,65	68.376,72
Salários	7.196,80	7.904,97	8.682,81	9.537,20	10.475,66
Encargos sobre salários	4.797,87	5.269,98	5.788,54	6.358,14	6.983,78
Aluguel	5.997,33	6.587,47	7.235,68	7.947,67	8.729,72
Telefone	1.199,47	1.317,49	1.447,14	1.589,53	1.745,94
Água	719,68	790,50	868,28	953,72	1.047,57
Energia elétrica	4.797,87	5.269,98	5.788,54	6.358,14	6.983,78
internet	1.800,00	1.977,12	2.171,67	2.385,36	2.620,08
Pró-labore	16.792,54	18.444,92	20.259,90	22.253,48	24.443,22
Material de expediente	479,79	527,00	578,85	635,81	698,38
Disp. c/ depreciação móveis e utensílios	233,00	233,00	233,00	233,00	233,00
Disp. c/ depreciação computador e periférico	3.160,00	3.160,00	3.160,00	3.160,00	3.160,00
Disp. c/ depreciação Máquina e equipamento	875,60	875,60	875,60	875,60	875,60
Disp. c/ Amortização	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
(=) Lucro Operacional Líquido	22.534,57	22.308,95	21.858,09	21.145,62	20.130,60
(=) Lucro Líquido Exercício	22.534,57	22.308,95	21.858,09	21.145,62	20.130,60

Através dessa demonstração, verificar o resultado do empreendimento, se ele obteve lucro ou prejuízo no desenvolvimento de suas atividades durante um determinado período, geralmente igual a um ano, ou seja, é feito um confronto entre as receitas e as despesas, para apuração do resultado. (IUDÍCIBUS, 1998).

O empreendimento em questão está apresentando lucro, na projeção proposta para 5 anos.

3 ANALISE DO EMPREENDIMENTO

3.1 LUCRATIVIDADE

$$\text{LUCRATIVIDADE} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{RECEITA TOTAL}} * 100 = \frac{20.130,60}{133.869,66} * 100 = 15\%$$

O empreendimento apresenta boa lucratividade nos cinco anos analisados, pois a margem de lucro tem sido rentável. Como por exemplo, no quadro acima é feita a análise do último ano analisado, mostrando uma margem de 15% de lucratividade, o que indica que o negócio tem capacidade de pagamento de todas as suas despesas e impostos e ainda sobram 15% para investir no negócio.

3.2 RENTABILIDADE

$$\text{RENTABILIDADE} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{INVESTIMENTO TOTAL}} * 100 = \frac{20.130,60}{41.000,00} * 100 = 49\%$$

Para o empreendedor há atratividade neste negócio, pois o retorno do capital investido será certo. A Rentabilidade do empreendimento no último ano analisado mostra uma atratividade de recuperação de 49% do capital que foi investido.

3.3 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

Ano	Investimento	Entradas	Saídas	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Pay Back ao ano
0	41.000,00			(41.000,00)		
1		102.128,53	74.945,35	27.183,17	7,35	1,51
2		109.277,52	82.319,97	26.957,55	8,07	1,52
3		116.926,95	90.420,26	26.506,69	8,87	1,55
4		125.111,84	99.317,61	25.794,22	9,74	1,59
5		133.869,66	109.090,47	24.779,20	10,70	1,65

O método de *payback* é utilizado para informar o tempo de retorno do investimento. É muito utilizado, mas é deficiente uma vez que não leva em consideração o custo do dinheiro no tempo. Nesse empreendimento o tempo de recuperação do investimento gira em torno de aproximadamente 2 anos.

3.4 PONTO DE EQUILÍBRIO

DETERMINAÇÃO DO PONTO DE EQUILÍBRIO										
DESCRIÇÃO	Descrição de Serviço e Produto									
	Internet	Digitação	Impressão	Xerox	Encadenação	Escaneamento	Gravação de CD	Gravação de DVD	CD	DVD
Preço de Venda/Unid	1,50	0,80	1,00	0,07	2,30	1,00	1,50	3,00	0,85	1,15
Custos + Despesas Variáveis/Unid	-	-	0,37	0,03	0,81	-	0,58	0,68	0,58	0,68
Custos + Despesas Fixas/Mês	1.565,31	208,33	208,33	1.669,99	150,48	151,81	25,15	23,82	1,22	1,22
Margem de Contribuição Unitária	1,50	0,80	0,63	0,04	1,48	1,00	0,92	2,32	0,27	0,47
Ponto de Equilíbrio/Unid	1.044	262	331	37.424	102	152	27	10	5	3
Pe em RS (PV unit x Qt no PE)	1.565,31	208,33	330,92	2.792,71	233,23	151,81	41,02	30,80	3,86	3,00

No quadro acima está descrito o ponto de equilíbrio do negócio, ou seja, o momento em que a empresa iguala as receitas aos custos totais. Para a empresa ter lucratividade é necessário que ela produza acima do ponto de equilíbrio, fato comprovado na análise desse negócio.

3.5 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

VPL	62.554,65
------------	-----------

O valor presente representa o valor hoje de um fluxo ou de uma série futura de fluxos de caixa, consiste no valor presente dos fluxos de caixa futuros reduzido do valor presente do custo do investimento. O VPL do investimento foi de R\$ 62.554,65 o que indica a viabilidade do negócio, já que o valor presente das entradas é maior que o valor das saídas.

3.6 TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

TIR	59%
------------	-----

A Taxa interna de retorno foi de 59%, demonstrando que o projeto tem uma grande atratividade, tendo em vista, que a taxa de retorno desejada era de 7% ao ano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário econômico atual, diante das grandes empresas, as Micro e Pequenas Empresas, que representam grande fonte de geração de emprego e renda para o país, segundo pesquisas existem um alto grau de mortalidade em seus primeiros anos de vida.

Buscando entender melhor os fatores que identificam essa situação, em várias pesquisas realizadas com empresários das MPEs, verificou-se que o planejamento prévio foi o fator mais citado para a contribuição da mortalidade dessas entidades.

É fato que o planejamento é essencial para a sobrevivência de qualquer empresa que almeja o sucesso, fatores ligados a gestão são deveras importantes para alcançar a sustentabilidade de uma empresa, sem um planejamento as empresas acabam sucumbindo frente às adversidades do mundo empresarial.

O Plano de Negócio entra como fator preponderante para a sobrevivência das Micro e Pequenas Empresas, pois dados revelam que entre elas, a maioria não faz um planejamento prévio na abertura do negócio. Sem um Plano de Negócio a empresa não tem capacidade de avaliar dados pertinentes para o sucesso do empreendimento, por isso a sua importância para um empreendimento.

Através do Plano de Negócio o empreendedor terá condições de saber a lucratividade e a rentabilidade do negócio, a produção estimada para dar lucro, o tempo de retorno do capital investido, etc., pois o plano de negócio procura atender através de conceitos e técnicas de análise as fases do empreendimento, em suma, o empreendedor terá condições de avaliar a viabilidade econômica e financeira do negócio proposto.

REFERÊNCIAS

CORRÊA, Denise M. M. Chagas; TEIXEIRA FILHO, Marcelo Correia; LUCA, Márcia de. **A Elisão tributária aplicada às micro e pequenas empresas. Anais do 7º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade.** 2007. Disponível em: <http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos72007/329.pdf>. Acesso em: 16 de maio 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de Negócio: O segredo do sucesso do empreendedor. Mito ou Realidade?** Disponível em: [www.planodenegocios.com.br/dinamica_artigo.asp?](http://www.planodenegocios.com.br/dinamica_artigo.asp) Acesso em: 08 de junho 2009

FELIPPE, Mário Celso de. **Sobrevivência e mortalidade das pequenas e médias empresas da cidade de São José dos Campos.** Disponível em: <<http://www.unitau.br/cursos/pos-graduacao/mestrado/gestao-e-desenvolvimento-regional/.../dissertacoes-2003>> acesso em: 16 de maio 2009.

FERNANDES, José Luiz Nunes. **Gestão e econômica e competitividade.** Disponível em: <http://www.nead.unama.br/site/bibdigital/pdf/artigos_revistas/260.pdf> acesso em: 16 de maio 2009

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviço no Brasil – 2001.** Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa>> acesso em: 16 de maio de 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de Balanços.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

PAGNONCELLI, Dernizo; VASCONCELLOS Filho, Paulo. **Sucesso empresarial planejado.** Rio de Janeiro : Qualitymark, 1992.

PICCHIALI, Djair. Recursos humanos. Disponível em : <www.crh.saude.sp.gov.br/resources/crh/oficinacefor/doc/matrial/recursos_humanos> acesso em: 08 de junho 2009.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Comercial.** 14. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, **10 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas.** São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe> acesso em: 29 de maio de 2009.

_____, **Como elaborar um plano de negócio.** Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br>> acesso em: 08 de junho de 2009.

_____, **Fatores Condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil -2003/2005.** Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br>> acesso em: 15 de maio de 2009.

SOUZA, Wendel José de; QUALHARINI, Eduardo Linhares. **Diretrizes metodológicas para expansão do conceito de plano de negócio aplicado às pequenas empresa.** Disponível em: <http://www.latec.uff.br/bt/V2008/numero1/PDF/BT002_2006.pdf> acesso em: 08 de junho 2009.

TACHIZAWA, Takeshy; FARIA, Marília de Sant'Anna. **Criação de Novos Negócios: Gestão de Micro e Pequenas Empresas.** São Paulo: Editora FGV, 2007.

VIEIRA, Eloir Trindade Vasques, **As Ferramentas contábeis e o empreendedorismo no desenvolvimento das micro e pequenas empresas: O caso das empresas de panificação da cidade de campo grande.** Disponível em: <www.biblioteca.universia.net/ficha.do?id=38076471>.acesso em: 08 de junho 2009

VIEIRA, Fagner Alves. **Plano de Negócio: Viabilidade de implantação de uma vídeo locadora virtual para a cidade de Passo Fundo.** Disponível em: <www.scribd.com/doc/4092738/Plano-de-Negocios-Viabilidade-de-Implantacao-de-uma-VideoLocadora->.acesso em: 08 de junho 2009

*Administração Financeira e Orçamento Empresarial- Plano de Negócio***ANEXOS****1. INVESTIMENTO INICIAL**

INVESTIMENTO INICIAL			41.000,00
INVESTIMENTO FIXO	Unidade	RS	Total
Microcomputadores	11,00	1.400,00	15.400,00
Televisão	1,00	2.000,00	2.000,00
Cadeiras	18,00	45,00	810,00
Sofá	2,00	350,00	700,00
Cabine para Computador	8,00	40,00	320,00
Vitrine	1,00	500,00	500,00
Impressora Multifuncional	1,00	400,00	400,00
Máquina Copiadora	1,00	4.500,00	4.500,00
Perfuradora	1,00	249,00	249,00
Ar condicionado	1,00	1.500,00	1.500,00
Guilhotina	1,00	68,00	68,00
Bebedouro	1,00	439,00	439,00
TOTAL			26.886,00
CAPITAL DE GIRO			
Caixa			3.250,20
CUSTOS FIXOS			
Aluguel			500,00
Telefone			100,00
Água			60,00
Energia Elétrica			400,00
Internet			150,00
Pró-labore			1.400,00
Salários			600,00
Encargos sobre salários			400,00
Material de Limpeza			40,00
Depreciação			355,72
TOTAL			4.005,72
CUSTOS VARIÁVEL			
Descrição	Unid	RS	Total
Papel A4	150,00	10,00	1.500,00
Tonner	8,00	90,00	720,00
Cartucho	9,00	35,00	315,00
espiral	9,00	2,98	26,82
capa para encadernação	9,00	37,74	339,66
Capa para CD e DVD	270,00	0,08	21,60
CD	150,00	0,50	75,00
DVD	100,00	0,60	60,00
TOTAL			3.058,08
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAL			
Despesa de Legalização			800,00
Benfeitoria de Imóvel			3.000,00
TOTAL			3.800,00

2. BALANÇO DE ABERTURA

BALANÇO DE ABERTURA			
ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante	10.314,00	Passivo Circulante	23.400,00
Disponibilidade	3.250,20	Fornecedores	10.989,00
Caixa	3.250,20	Contas a Pagar	12.411,00
Estoque	7.063,80		
		Passivo não Circulante	
Ativo Não Circulante		Passivo Exigível a Longo Prazo	
Ativo Realizável a longo prazo			
Ativo Permanente			
Imobilizado	26.886,00	Patrimônio Líquido	17.600,00
Móveis e Utensílios	2.330,00	Capital	17.600,00
(-) Depreciação Acumulada			
Computadores e Periféricos	15.800,00		
(-) Depreciação Acumulada			
Máquinas e Equipamentos	8.756,00		
(-) Depreciação Acumulada			
Intangível			
Diferido	3.800,00		
Despesas pré operacionais	3.800,00		
(-)Amortização Acumulada			
TOTAL	41.000,00	TOTAL	41.000,00