



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

ÉRITON ELVIS DO NASCIMENTO BARRETO
JOSIAS DA CRUZ BELTRÃO

ANÁLISE DEMONSTRAÇÕES-FINANCEIRA

BELÉM - PARÁ
2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ



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

**ÉRITON ELVIS DO NASCIMENTO BARRETO
JOSIAS DA CRUZ BELTRÃO**

ANÁLISE DEMONSTRAÇÕES-FINANCEIRAS

Orientador: Professor Héber Lavor Moreira

**BELÉM – PARÁ
2007**

Índice

RESUMO.....	5
1-APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	6
1.1- Dados cadastrais.....	6
1.2 – Perfil dos Empreendedores	6
1.3 – Histórico.....	6
1.4 – Dados da Evolução	7
1.5 – Recursos Humanos.....	7
1.6 – Principais produtos.....	7
1.7 – Principais clientes	8
1.8 – Alianças e parcerias	8
1.9 – Política de Qualidade	8
2 – VISÃO DE NEGOCIO	8
2.1- Foco da Empresa	8
2.2 – Missão	8
2.3 – Oportunidade.....	9
2.4 – Ameaças.....	9
2.5 – Metas.....	9
3 – MERCADOS	9
4 – PRODUTOS E SERVIÇOS.....	12
5 – PLANO DE MAERKTING	12
Fonte de recursos	12
6 – PLANO DE INVESTIMENTO	13
6.1 – Gasto de Implantação.....	13
6.2 – Quadro de Gastos de Implantação	13
7 – IMPLATAÇÃO DO QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTO	14
8 – IMPLEMENTAÇÃO DO ROTEIRO.....	16
9 – FOLHA DO PRODUTO	16
10. DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	17
11. DETERMINAÇÃO DO PONTO DE EQUILIBRIO	18
12.DETERMINAÇÃO DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	19
13. Projeção de Fluxo de Caixa	19
14. Valor Presente Líquido – VPL.....	20
15.Tempo de Retorno do Investimento (Payback)	21
16. Taxa Interna de Retorno (TIR)	21
ANALISE VERTICAL, HORIZONTAL E N°S ÍNDICES	22
17 ESTUDO DOS INDICADORES DE LIQUIDEZ.....	23
17.1 Introdução	23
17.2 Liquidez Corrente	23
17.3 Liquidez Imediata	24
17.4 Liquidez Seca.....	24
17.5 Liquidez Geral	24
18 ESTUDO DOS INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO.....	26
18.1 Quociente de endividamento.....	26
18.2 Quociente de participação dos capitais de terceiros	26
18.3 Garantia de capitais de terceiros ou capital alheio.....	27
19 ESTUDO DOS INDICADORES DE ATIVIDADE	27
19.1 Rotação dos estoques	28
19.2 Rotação do Ativo	28

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

19.3-Prazo médio de recebimento das vendas	28
19.4 Prazo médio de pagamento das compras.	29
19.Posicionamento Relativo.....	30
20 INDICADORES DE RENTABILIDADE.....	30
20.1 Retorno do investimento.	30
20.2 Taxa de Rentabilidade do Capital Alheio	31
20.3 Taxa de Rentabilidade do Patrimônio Líquido	31
20.4 Taxa de Retorno Total	32
APENDICES	34
DRE ANO 1.....	34
BALANÇO ANO 1.....	35
DRE ANO 2.....	35
PROJEÇÃO DA DRE PARA O ANO 3.....	37
APENDICE M- VALOR PRESENTE LÍQUIDO.....	56

RESUMO

Este trabalho tem como escopo a montagem teórica de um plano de negócios voltado para o ramo comercial da venda de produtos de informática e de computadores. Para tanto, foi feita uma pesquisa de mercado para calcular o valor que custaria o empreendimento. Foram feitas diversas análises para verificar se o empreendimento seria viável ou não. Concluiu-se que se a empresa for bem administrada tem tudo para despontar no mercado.

1-APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa INFORMÁTICA MARAJOARA atuará no ramo de informática e acessórios para computadores.

O mercado eletrônico de vendas de computadores e acessórios está bastante promissor e esse fato nos leva a crer que empreender neste negócio pode gerar bons resultados para o empreendedor.

O empreendimento tem como objetivo principal oferecer produtos de ótima qualidade e concorrer de igual pra igual com seus concorrentes, por meio de preços competitivos que garantam uma boa margem de retorno em suas vendas.

A empresa possuirá inicialmente 3 funcionários, mas com o crescimento do negócio esse numero poderá aumentar. Possuirá uma decoração moderna, com um layout bem ousado, que permita a localização dos produtos de maneira fácil e rápida.

1.1- Dados cadastrais

Empresa de suprimentos de informática **INFORMÁTICA MARAJOARÁ**, CNPJ 46.377.636/0002-39, IE 417.032.057.114, situada na avenida Almirante Barroso nº 1111, formado por dois sócios com participação de 50% cada um.

1.2 – Perfil dos Empreendedores

Empreendedores de alta competência, com experiências em empresas de informática, os dois são contadores formados pela universidade federal do Pará.

Os dois não em experiência no ramo mas elaboram um estudo de mercado para verificar a viabilidade do empreendimento.

1.3 – Histórico

A empresa tem por objetivo revender acessórios de informática para consumidores área metropolitana de Belém e municípios vizinhos.

Pretende trabalhar com os mais diversos consumidores, mas em particular classe A e B, por possuírem maior poder de compra.

1.4 – Dados da Evolução

A empresa esta em fase de implantação de investimentos financeiros para sua abertura e pretende evoluir gradativamente no mercado, sempre respeitando seus limites para não dar um passo maior que a perna, ou seja fazer as coisas que estão dentro de suas possibilidades.

1.5 – Recursos Humanos

A equipe é formada por dois vendedores experientes na área de informática e um servente de serviços gerais, mas com o crescimento da empresa pretende-se contratar mais pessoas para melhor atender seus clientes.

1.6 – Principais produtos

Nossos produtos são suprimentos de informática em geral, somente produtos atualizados e os mais procurados do mercado da informática. O quadro abaixo demonstra nossos principais produtos.

CPU'S
MONITORES LCD 15"
MONITORES LCD 17"
IMPRESSORAS
MOUSES
TECLADOS
FONE DE OUVI. MICROFONES
CAIXAS DE SOM
WEBCAN
NOBREIK
CADEIRAS P/ ESCRITORIOS
HAKS
CAPAS P/ COMPUTADORES
CABOS DE REDES
PLACAS DE MEMORIAS
DISQUETES
CD'S

No desenvolver do negócio pretende-se adicionar novos produtos, pois o mercado está sempre apresentando novas tendências e pretendemos acompanhá-las.

1.7 – Principais clientes

Nossos principais clientes serão Empresas Privadas, Públicas e pessoas físicas. No caso das empresas públicas pretendemos está sempre disputando concorrências relacionadas aos nossos produtos. Para empresas privadas pretendemos, em curto prazo, colocar vendedores para oferecerem nossos produtos diretamente nas empresas.

1.8 – Alianças e parcerias

Parceria com a Microsoft que fornece os software para nossos computadores e as empresas fabricantes das peças e acessórios. Pretendemos estar sempre negociando com nossos fornecedores, visando conseguir preços mais acessíveis para nossa empresa.

1.9 – Política de Qualidade

Vender somente produtos originais visando uma credibilidade para a empresa, mantendo sempre atualizado os estoques para reposição de peças que apresentarem defeitos

2 – VISÃO DE NEGOCIO

2.1- Foco da Empresa

A empresa tem como foco principal os consumidores da classe A e B, mas nada impede de comercializar produtos com a classe C.

2.2 – Missão

Ser excelência no mercado em venda de suprimentos de informática. comercializando produtos de excelente qualidade. Implantar o sistema de atendimento que satisfaça ao cliente desde o momento de sua compra até a entrega do produto e assim criar um “laço” de amizade, com intuito de fazer com que isso seja um referencial da empresa quando na indicação de um cliente a outra pessoa.

2.3 – Oportunidade

Trabalhando com honestidade conquistar o seu espaço no mercado e aproveitar este bom momento que se encontra este ramo para crescer e despontar, objetivando se expandir para outros bairros e até outras cidades.

2.4 – Ameaças

A empresa tem como ameaças os concorrentes que já estão a muito tempo no mercado como a Sol Informática, a Computer store, a Universal Informática dentre outras, as mesmas já possuem clientes considerados fiéis. Mas a empresa buscará o seu lugar no mercado.

2.5 – Metas

Estabilizar-se primeiramente no mercado local e quando estiver estabilizada partir para o mercado nacional.

3 – MERCADOS

3.1 ANÁLISE DE MERCADO

Par abertura de um novo negócio, a primeira atitude que um empreendedor deve tomar é realizar uma análise mercadológica para obter informações sobre o mercado para obter informações sobre o mercado que se pretende atuar. Para isso, é preciso que se atente para alguns elementos fundamentais e que serão decisivos no sucesso ou fracasso da empresa, dentre os consideramos os seguintes:

Cientes

Uma das principais preocupações do empreendedor deverá estar relacionada aos seus clientes, pois estes não representam apenas um mercado consumidores potencial, mas também deverão ser ouvidos e suas expectativas, necessidades e preocupação atendidas. O empreendedor deverá identificá-los e atendê-los, pois o negócio não começa e nem para no ato da venda.

Mercado Consumidor

Qualquer empresa que queira estabelecer uma relação evolucionária com consumidor deve-se posicionar e conhecer com profundidade o seu nicho de mercado.

O ou comportamentos é chamado de **segmentação de mercado**, que é composto de processo de classificar os consumidores em grupos com diferentes necessidades, características consumidores que respondem de maneira similar a um determinado grupo de estímulo de marketing.

Com relação ao mercado de nossa empresa, pode-se dizer que está bastante competitivo, mas que pode apresentar bons retornos financeiros.

Como o uso do computador vem se tornando indispensável nos dias de hoje e a utilização de seus acessórios para diversão e trabalhos profissionais a sociedade vem adquirindo vários produtos relacionados a informática, o que torna o mercado bastante promissor.

A empresa pretende disputar concorrências públicas objetivando aumentar suas vendas.

O mercado alvo será a classe média, embora não o único, pois dependendo das oportunidades objetivamos atender outras classes. Pretendemos atingir as pessoas que compram computadores e acessórios para uso doméstico e aqueles quem compram para automatizar suas empresas.

Concorrentes

Um outro elemento de pesquisa de mercado é conhecer quais os concorrentes que atuam no mesmo segmento de mercado no qual se esteja atuando ou se pretenda ingressar.

Concorrentes da empresa são aqueles que procuram satisfazer as necessidades dos consumidores, fazendo ofertas e podem oferecer maneiras novas ou diferentes de satisfazer as mesmas necessidades.

As empresas devem pesquisar, constantemente, quais as atividades que seus concorrentes conseguem fazer melhor. E em seguida, coletar informações sobre os objetivos, estratégias, forças, fraquezas e padrões de reação do concorrente. Idéias promissoras devem ser identificadas, aperfeiçoadas e executadas melhor que o concorrente. É conveniente ter consciência de que se vai estar competindo com alguém, portanto, nunca imaginar ser o único em um ramo de negócio específico.

Os principais concorrentes de nossa empresa são:

- SOL Informática
- Universal Informática
- Computer Store

Preços

Um elemento complementar da pesquisa de mercado é examinar bem o que será cobrado dos clientes. Naturalmente, é importante ter uma idéia dos preços praticados no mercado para ser competitivo. Nesse aspecto, avaliar os serviços e dados da concorrência a partir de associações comerciais e profissionais é extremamente útil atentando também para cada elemento que contribui para a formação dos seus preços finais.

Os preços estabelecidos pela nossa empresa serão competitivos e que agreguem margem de retorno.

Fornecedores

Geralmente os fornecedores analisam o grau de liquidez que a empresa possui, ou seja, a capacidade de pagamento de seus clientes. Contudo sua análise se estende também no que tange ao grau de rentabilidade e o endividamento da empresa.

Em certas situações, o fornecedor analisa profundamente seus clientes, pois a profundidade da análise dos demonstrativos contábeis, estão ligado ao grau de importância que o cliente tem, em alguns casos os fornecedores impõem padrões e métodos contábeis a serem seguidos pelo cliente, como também exige dados financeiros bastante detalhados, geralmente é adotado pelas montadoras de automóveis.

Nossos principais fornecedores serão: LG, Intel, Gradiente, Lexmark, Durom.

4 – PRODUTOS E SERVIÇOS

A empresa se prestará a oferecer produtos de alta qualidade que satisfaça as necessidades de cada usuário.

É o cliente que vai dizer o que ele quer e como ele quer o produto, caberá a empresa satisfazer as necessidades de cada um, procurando sempre estar a par das novidades e tendências de mercado.

5 – PLANO DE MAERKTING

Como a empresa é nova no mercado procurará investir na divulgação do empreendimento objetivando divulgar os produtos e o nome da empresa.

A divulgação será por meio de: faixas, panfletos, anúncios nos principais jornais, na televisão e nas rádios.

FONTE DE RECURSOS

Os recursos serão provenientes dos sócios e de terceiros. De recursos de terceiros será preciso R\$ 74.168,00 e dos sócios R\$ 64.062,60. Podemos observar isso no balanço de abertura da empresa.

BALANÇO DE ABERTURA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

ATIVO		PASSIVO	
<u>CIRCULANTE</u>	R\$ 73.528,00	<u>CIRCULANTE</u>	R\$ 72.168,00
CAIXA	R\$ 1.000,00	FORNECEDORES	R\$ 70.528,00
BANCO/C/M	R\$ 2.000,00	ALUGUEIS A PAGAR	R\$ 500,00
ESTOQUE	R\$ 70.528,00	SALARIOS A PAGAR	R\$ 1.140,00
<u>IMOBILIZADO</u>	R\$ 62.002,60	<u>EXIGIVEL A LONGO PRAZO</u>	R\$ 2.000,00
MAQUINAS E EQ.	R\$ 8.932,60	EMPRESTIMOS A PAGAR	R\$ 2.000,00
TERRENO	R\$ 10.000,00		
VEICULOS	R\$ 40.000,00		
MOVEIS E UTENS.	R\$ 3.070,00	<u>PATRIMONIO LIQUIDO</u>	R\$ 64.062,60
		CAPITAL	R\$ 64.062,60
<u>DIFERIDO</u>	R\$ 2.700,00		
GASTOS PRÉ-OPER.	R\$ 2.700,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$ 138.230,60	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 138.230,60

6 – PLANO DE INVESTIMENTO

6.1 – Gasto de Implantação

- 1º Alugar o imóvel
- 2º Adquirir um empréstimo junto ao banco de R\$ 2.000,00
- 3º Efetuar os gastos pré-operacionais para abertura da empresa
- 4º Adquirir o imobilizado da empresa
- 5º adquirir os produtos para o estoque junto aos fornecedores
- 6º contratar a mão-de-obra
- 7º Divulgar a empresa nos meios de comunicação.

6.2 – Quadro de Gastos de Implantação

Os valores que pretendemos gastar na implantação do negócio estão descritos na tabela abaixo

ALUGUEL	R\$ 500,00
---------	------------

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

AR CONDICIONADO	R\$ 1.698,00
BALCÃO DE VIDRO	R\$ 900,00
PRATELEIRAS	R\$ 339,60
MESAS P/ ATENDIMENTO	R\$ 1.180,00
CADEIRAS	R\$ 1.890,00
COMPUTADORES P/ ATENDIM.	R\$ 5.995,00
CAMINHÃO PARA ENTREGA	R\$ 40.000,00
TERRENO PARA FUTURA FILIAL	R\$ 10.000,00
EMPRESTIMO	R\$ 2.000,00
<i>DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS</i>	
LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA	R\$ 1.000,00
GASTOS COM O CONTADOR	R\$ 1.500,00
GASTO COM ADVOGADO	R\$ 1.200,00
TOTAL	R\$ 3.700,00
<i>DESPESAS OPERACIONAIS</i>	
SALÁRIOS	R\$ 1.140,00

7 – IMPLANTAÇÃO DO QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTO

Implantamos o quadro estrutural de custos para definirmos quais são os custos variáveis e os custos fixos:

Material necessário para venda inicial de 241 unidades oferecidas pela loja.

- Custos Variáveis: São aqueles que estão intimamente ligados com as quantidades produzidas ou vendidos, isto é, crescem com aumento do nível de atividade da empresa, assim, esses custos aumentam ou diminuem de acordo com a quantidade produzida ou vendida.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

- Custos Fixos: São aqueles que independem do nível de atividade da empresa. Ou seja, não variam com alterações no volume de produção ou venda.

<i>CUSTOS VARIÁVEIS</i>		
<i>PRODUTO</i>	<i>UNID.</i>	
ENERGIA ELETRICA	-	RS 223,00
TELEFONE	-	RS 180,00
AGUA		RS 100,00
COMPUTADOR	10	RS 11.290,00
CPU'S	20	RS 31.980,00
MONITORES LCD 15"	10	RS 4.990,00
MONITORES LCD 17"	10	RS 6.990,00
IMPRESSORAS	20	RS 7.980,00
MOUSES	20	RS 1.180,00
TECLADOS	20	RS 2.398,00
FONE DE OUVI. MICROFONES	20	RS 438,00
CAIXAS DE SOM	20	RS 498,00
WEBCAN	20	RS 1.598,00
NOBREIK	20	RS 7.980,00
CADEIRAS P/ ESCRITORIOS	10	RS 1.890,00
HACKS	10	RS 1.090,00
CAPAS P/ COMPUTADORES	10	RS 100,00
CABOS DE REDES	100	RS 100,00
PLACAS DE MEMORIAS	10	RS 1.500,00
DISQUETES	5	RS 75,00
CD'S	10	RS 790,00
NETEBOOKS	3	RS 6.597,00
PROTETORES DE MONITOR	10	RS 150,00
TOTAL		RS 90.117,00

<i>CUSTOS FIXOS</i>		
PONTO COMERCIAL(ALUGUEL)	RS	500,00
FUNCIONARIOS	RS	1.140,00
PAPEL A4	RS	110,00
BLOCO DE NOTAS FISCAIS	RS	200,00
CANETAS	RS	5,00
CARIMBOS	RS	100,00
UNIFORMES	RS	180,00
MARKETING	RS	500,00
MATERIAL DE EXPEDIENTE	RS	60,00
TOTAL	RS	2.795,00

C. VARIÁVEIS TOTAL	R\$ 90.117,70
C. FIXO TOTAL	R\$ 2.795,00
CUSTO TOTAL	R\$ 92.912,70

8 – IMPLEMENTAÇÃO DO ROTEIRO

O roteiro tem como objetivo nos orientar na tomadas de decisão da empresa tais como:

1. Prospecto Elucidativo
2. Análise da Empresa
3. Análise da Indústria
4. Análise do Mercado
5. Planejamento Estratégico
6. Administradores da Empresa

9 – FOLHA DO PRODUTO

Para iniciarmos nosso negócio face necessário alguns itens. O quadro a seguir demonstra os itens necessários para o início das vendas.

FOLHA DO PRODUTO

CUSTOS VARIÁVEIS	VALOR POR UNIDADE
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 0,93
TELEFONE	R\$ 0,75
ÁGUA	R\$ 0,41
COMPUTADOR	R\$ 241,00
CPU'S	R\$ 132,70
MONITORES LCD 15"	R\$ 20,71
MONITORES LCD 17"	R\$ 29,00

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

IMPRESSORAS	R\$	33,11
MOUSES	R\$	4,90
TECLADOS	R\$	9,95
FONE DE OUVL. MICROFONES	R\$	1,82
CAIXAS DE SOM	R\$	2,07
WEBCAN	R\$	6,63
NOBREIK	R\$	33,11
CADEIRAS P/ ESCRITORIOS	R\$	7,84
HACKS	R\$	4,52
CAPAS P/ COMPUTADORES	R\$	0,41
CABOS DE REDES	R\$	0,41
PLACAS DE MEMORIAS	R\$	6,22
DISQUETES	R\$	0,31
CD'S	R\$	3,28
NETEBOOKS	R\$	27,37
PROTETORES DE MONITOR	R\$	0,62
TOTAL VARIAVEL POR UNIDADE	R\$	568,08

CUSTOS FIXOS	VALOR POR UNIDADE
PONTO COMERCIAL(ALUGUEL)	R\$ 2,07
FUNCCIONARIOS	R\$ 4,73
PAPEL A4	R\$ 0,46
BLOCO DE NOTAS FISCAIS	R\$ 0,83
CANETAS	R\$ 0,02
CARIMBOS	R\$ 0,41
UNIFORMES	R\$ 0,75
MARKETING	R\$ 2,07
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$ 0,25
TOTAL FIXO POR UNIDADE	R\$ 11,60

10. DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

O preço de venda é determinado através da fórmula:

$$\text{PREÇO DE VENDA} = \frac{\text{CUSTO TOTAL}}{1 - (\text{IMPOSTOS} + \text{MG. LUCRO})}$$

O quadro a seguir demonstra o preço de cada produto será vendido para que apresentem margem de retorno para a empresa.

PV COMPUTADOR	R\$	1.909,35	PV NOBREIK	R\$	694,26
PV CPU'S	R\$	2.100,51	PV CADEIRAS P/ ESCRITORIOS	R\$	428,10
PV MONITORES 15'	R\$	865,60	PV HACKS	R\$	261,44
PV MONITORES 17'	R\$	1.265,09	PV CAPAS P/ COMPUTADOR	R\$	55,19

PV IMPRESSORAS	R\$	798,43	PV CABOS DE REDE	R\$	5,52
PV MOUSES	R\$	110,93	PV PLACAS DE MEMORIAS	R\$	173,43
PV TECLADOS	R\$	224,47	PV DISQUETES	R\$	99,96
PV FONE / MICROFONE	R\$	62,80	PV CD'S	R\$	198,94
PV CAIXA DE SOM	R\$	69,05	PV NETEBOOKS	R\$	4.695,76
PV WEBCAN	R\$	116,14	PV PROTETORES DE MONITOR	R\$	65,60

11. DETERMINAÇÃO DO PONTO DE EQUILÍBRIO

Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o valor ou a quantidade que a empresa precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas. Momento que a produção de receitas se igualam aos custos e despesas totais,

No ponto de equilíbrio a empresa não terá lucro nem prejuízo.

É importante ressaltar que no ponto de equilíbrio, não há lucro nem prejuízo. É a partir de volumes adicionais que a empresa passa a ter lucro.

Para Padoveze, o conceito de ponto de equilíbrio é: “O volume calculado em que as receitas totais de uma empresa igualam-se aos custos e despesas totais; portanto, o lucro é igual a zero.”

A fórmula é a seguinte:

$\text{Ponto de equilíbrio} = \frac{\text{custos} + \text{despesas fixas}}{\text{Margem de contribuição unitária}}$

Pegando um de nossos produtos observamos que o ponto de equilíbrio em R\$ do computador é de R\$ 311,93. nesse valor não terá nem lucro e nem prejuízo.

	COMPUTADOR
	R\$
Preço de venda/ uni	1.909,35
Cust+despes. Var. / unid	R\$ 900,00
Cust + despes fixas/mês	R\$ 164,90
Margem de contrib.Und.	R\$ 1.009,35
Ponto de equilíbrio/ unid	0,163
PE em R\$ =	R\$ 311,93

12.DETERMINAÇÃO DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A margem de contribuição por unidade aqui representada é a diferença entre a Receita e o Custo Variável de cada produto, que demonstra o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e lhe pode ser imputado sem erro.

A margem de contribuição é conceituada como a diferença entre a receita e a soma de custos e de despesas variáveis e tem a faculdade de tornar bem mais fácil e visível a potencialidade de cada produto, mostrando como cada um contribui para primeiramente, amortizar os gastos fixos e depois formar o lucro propriamente dito.

A margem de contribuição significa para a empresa que cada unidade vendida, a empresa lucrará determinado valor e multiplicado pelo total vendido, teremos a contribuição marginal total do produto.

A margem de contribuição é calculada da seguinte forma para o nosso negócio:

MC COMPUTADOR	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 19.093,54	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 9.000,00	47%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 10.093,54	53%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	1%
LUCRO	R\$ 9.928,64	52%

13. PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Para gerenciar com eficiência a área financeira de qualquer empresa é necessário implantar alguns relatórios gerenciais, como os indicadores de desempenho para acompanhar periodicamente a performance. Um desses relatórios é o Fluxo de Caixa.

14. VALOR PRESENTE LÍQUIDO – VPL

Este método de avaliação compara na data em que o projeto terá seu início, todas as entradas e saídas existentes projetadas no fluxo de caixa, trazendo esses valores futuros para a data inicial, como se cada entrada ou saída do fluxo fosse um montante e quiséssemos calcular o respectivo valor atual, com base em uma taxa de descontos que corresponda ao custo de oportunidade do capital investido.

As causas principais que fazem variar o Patrimônio Líquido são:

- a) o investimento inicial de capital e seus aumentos posteriores ou dos investimentos feitos na entidade;
- b) resultado obtido do confronto entre contas de *receitas e despesas* dentro do período contábil.

RECEITA: Entende-se por Receita a entrada de elementos para o ativo, sob a forma de dinheiro ou direitos a receber, correspondentes, normalmente, à venda de mercadorias, de produtos ou à prestação de serviços. Uma receita também pode derivar de juros sobre depósitos bancários ou títulos e de outros ganhos eventuais.

RESULTADO: Caso as receitas obtidas superem as despesas, o Resultado do período contábil será um lucro líquido, que aumenta o Patrimônio Líquido. Se as despesas forem maiores que as receitas, ocorre um prejuízo que diminuíra o Patrimônio Líquido.

O VPL de um investimento é igual ao cálculo do valor presente de suas entradas de caixa menos o valor presente de suas saídas de caixa a uma taxa conhecida como Taxa Mínima de Atratividade (TMA), uma taxa de desconto. O Valor Presente Líquido de investimento pode ter como resultado um valor:

- Maior do que zero: O valor presente das entradas de caixa é maior do que o valor presente das saídas de caixa, o que significa que o investimento é economicamente atrativo.
- Igual a zero: O valor presente das entradas de caixa é igual ao valor presente das saídas de caixa, sendo então o investimento indiferente.
- Menor do que zero: O valor presente das entradas de caixa é menor do que o valor presente das saídas de caixa, mostrando então um investimento que não é economicamente atrativo.

Entre vários projetos de investimento, o mais atrativo é aquele que tem maior Valor Presente Líquido.

O quadro abaixo demonstra o VPL total.

Anos	Investimentos	Entrada de Caixa	Saidas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de R. ano	Payback em Anos
0	R\$ 77.526,00			R\$ (77.526,00)		
1		R\$ 152.632,39	R\$ 112.839,55	R\$ 39.792,84	51%	1,95
2		R\$ 167.895,63	R\$ 118.694,79	R\$ 49.200,83	63%	1,58
3		R\$ 184.685,19	R\$ 124.853,87	R\$ 59.831,32	77%	1,30
4		R\$ 203.153,71	R\$ 131.332,53	R\$ 71.821,17	93%	1,08
5		R\$ 223.469,08	R\$ 138.147,38	R\$ 85.321,70	110%	0,91

15. TEMPO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

O Tempo de Retorno do Investimento nos mostra que alcançamos o capital investido no final do quarto para o quinto ano, quando ele se aproxima de um.

O tempo de retorno, também conhecido como Payback, é a relação entre o valor do investimento inicial e o fluxo de caixa do projeto. O payback determina o prazo mínimo necessário para que as entradas de caixa recuperem o valor inicial, ou seja, indica em quanto tempo ocorre a recuperação do aporte de capital feito inicialmente pelo empreendedor.

Para efeitos de análise, diz-se que quanto maior o prazo de payback, pior para a empresa, pois a mesma encontrar-se-á passível de perda enquanto o seu investimento não retornar, pois estará exposta aos riscos do mercado.

16. TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

A taxa interna de retorno é o percentual de retorno obtido sobre o saldo investido e ainda não recuperado em um projeto de investimento. Representa a taxa de desconto que iguala, num único momento os fluxos de entrada com os de saída de caixa, ou seja, quando o VPL é igual a zero.

A Taxa Interna de Retorno é analisada também com relação ao capital, no terceiro ano, quando ela se aproxima de 100%, é aonde o capital é devolvido totalmente.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

Anos	Investimentos	Entrada de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em Anos
zero	R\$ 77.526,00			R\$ (77.526,00)		
um		R\$ 152.632,39	R\$ 112.839,55	R\$ 39.792,84	51%	1,95
dois		R\$ 167.895,63	R\$ 117.420,84	R\$ 50.474,79	65%	1,54
três		R\$ 184.685,19	R\$ 122.188,12	R\$ 62.497,07	81%	1,24
quatro		R\$ 203.153,71	R\$ 127.148,96	R\$ 76.004,75	98%	1,02
cinco		R\$ 223.469,08	R\$ 132.311,21	R\$ 91.157,87	118%	0,85

TIR	62%
VPL	R\$ 141.666,47

Taxa de retorno contábil	Fluxo de caixa
	investimento
VPL = $\frac{Fn}{(1-i)^n} - \text{investimentos}$	

VPL = valor presente líquido
Fn= fluxo de caixa
i= taxa de retorno desejada
n= vida do projeto em anos
INV= Investimento Inicial

A Taxa Interna de Retorno de um investimento pode ser:

- Maior do que a TMA: O investimento é economicamente atrativo.
- Igual à TMA: O investimento está economicamente numa situação de indiferença.
- Menor do que a TMA: o investimento não é economicamente atrativo pois seu retorno é

superado pelo retorno de um investimento sem risco.

ANALISE VERTICAL, HORIZONTAL E N°S ÍNDICES

Analise vertical

O objetivo da análise Vertical é mostrar a participação relativa de cada item de uma demonstração contábil em relação a determinado referencial. No balanço, por exemplo, é comum determinarmos quanto por cento representa cada rubrica e grupo de rubricas em relação ao ativo total.

Na Demonstração do Resultado do Exercício a Análise Vertical pode ser utilizada, dentre outras formas, da seguinte maneira: Pela representatividade de um item em relação a Receita Líquida de Vendas do respectivo período.

Análise horizontal

O propósito da análise horizontal é permitir o exame da evolução histórica de cada uma das contas que compõem as demonstrações contábeis. A evolução de cada conta mostra os caminhos trilhados pela empresa e as possíveis tendências.

17 ESTUDO DOS INDICADORES DE LIQUIDEZ

17.1 Introdução

Compreender a capacidade de pagamento de uma empresa é uma das preocupações , principais de analistas e credores.

A ordem natural das operações de uma empresa é a conversão dos ativos circulantes em caixa. Em linhas gerais e em termos operacionais, uma empresa industrial compra matéria-prima, transforma esta matéria-prima em produtos acabados, vende os produtos e gera os recebíveis, que serão transformados em caixa.

17.2 Liquidez Corrente

O índice de liquidez corrente (*Current ratio*) indica quanto a empresa possui em dinheiro mais bens e direitos realizáveis no curto prazo, comparado com suas dívidas a serem pagas no mesmo período.

A fórmula para o cálculo do quociente de liquidez corrente é a seguinte:

$$\text{QLC} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}}$$

17.3 Liquidez Imediata

Para obter-se o índice de liquidez imediata pega-se o valor das disponibilidades dividindo pelo passivo circulante cuja fórmula consiste na razão entre o Disponível e o Passivo Circulante. A fórmula é a seguinte:

$$QLI = \frac{V \text{ DISPONI}}{PC}$$

Esse índice demonstra a capacidade de liquidação dos compromissos correntes, com a utilização das disponibilidades. Quanto maior a sua magnitude, maior será a capacidade da empresa em saldar seus compromissos apenas com recursos de caixa

17.4 Liquidez Seca

O índice de liquidez seca indica quanto a empresa possui em disponibilidade, aplicações financeiras a curto prazo e duplicatas a receber, para fazer face a seu passivo circulante.

$$QLS = \frac{AC-EST}{PC}$$

17.5 Liquidez Geral

O índice de liquidez Geral indica quanto a empresa possui em dinheiro, bens e direitos realizáveis a curto prazo e longo prazo, para fazer face às suas dívidas totais.

$$QLG = \frac{AC + REAL L/P}{PC + EXIG L/P}$$

18 ESTUDO DOS INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO

18.1 Quociente de endividamento

Indica quanto da dívida da empresa deverá ser pago a curto prazo, isto é, as obrigações a curto prazo comparadas com as obrigações totais.

$$\text{QP DIV C/P} = \frac{\text{PC}}{\text{PC} + \text{EXIL P}} \times 100$$

A interpretação do índice de composição do endividamento é de que “quanto maior, pior”, mantidos constantes os demais fatores. A razão é que, quanto mais dívidas para pagar a curto prazo, maior será a pressão para que a empresa gere recursos para honrar seus compromissos.

Admitem-se que quanto mais curto o vencimento das parcelas maior será o risco oferecido pela empresa. De outra forma, empresas com endividamento concentrado no longo prazo, principalmente decorrente de investimentos efetuados, oferecem situação mais tranqüila no curto prazo.

Esse índice é uma medida de qualidade do passivo da empresa, em termos de prazo. Compara o montante de dívida a curto prazo com o endividamento total, além de mostrar as características da empresa quanto ao vencimento das dívidas, portanto, o fato isolado de a dívida estar concentrada no curto prazo não é, necessariamente, um fator negativo. É preciso conhecer a estrutura geral da empresa analisada quanto a sua participação de capitais de terceiros, sua capacidade de geração de recursos e mesmo sua condição de renovar a dívida de curto prazo junto aos credores.

18.2 Quociente de participação dos capitais de terceiros

O índice de participação de capitais de terceiros indica o percentual de capital de terceiros em relação ao patrimônio líquido, retratando a dependência da empresa em relação aos recursos externos.

$$\text{QP} = \frac{\text{PC} + \text{EX. LP}}{\text{PC} + \text{EX. LP}} \times 100$$

O capital de terceiros é formado pela soma do passivo circulante com o Exigível a Longo Prazo.

A interpretação do quociente de participação de capitais de terceiros de maneira isolada, para o analista, é no sentido de que quando mantido constante os demais fatores é de que quanto maior pior. Para a empresa pode ocorrer que o endividamento lhe permita melhor ganho, porém, associado a maior ganho maior risco.

O quociente de participação de capitais de terceiros aborda as fontes de recursos da empresa (capital próprio e capitais de terceiros).

Sobre a ótica financeira, a medida que houver aumento na relação capitais de terceiros/patrimônio líquido menor será a liberdade de decisões financeiras da empresa ou mais dependente ela ficará em relação a terceiros.

É importante ressaltar que sempre que se aborda o quociente de participação de capitais de terceiros, está-se fazendo análise exclusivamente do ponto de vista financeiro, ou seja, do risco de insolvência e não ao lucro ou prejuízo.

Os principais pontos a serem observados nesse índice são:

- Os prazos de vencimento das dívidas a longo prazo
- Participação de dívidas onerosas no passivo circulante
- A origem dos empréstimos

No caso de países com inflação, a ausência de correção monetária

18.3 Garantia de capitais de terceiros ou capital alheio

A garantia de capitais de terceiros mede se o capital próprio resguarda ou não o capital de terceiros.

$$\text{GCT} = \frac{\text{PL}}{\text{CAP DE 3º}} \times 100$$

19 ESTUDO DOS INDICADORES DE ATIVIDADE

Os índices de rotação constituem-se em categorias de elevada importância para o analista. Os índices de rotação tem grande contribuição na interpretação da liquidez e da rentabilidade da empresa, à medida que se vem de indicadores dos prazos médios de rotação dos estoques, recebimentos das vendas e pagamentos das compras

19.1 Rotação dos estoques

Os estoques nas empresas comerciais são formados por mercadorias adquiridas para venda, já nas empresas industriais por matéria prima, produtos em processo de elaboração e produto acabados

O prazo médio de rotação dos estoques indica quantos dias, em média, os produtos ficam armazenados na empresa antes de serem vendidos.

Quanto maior o volume de vendas mais rápida será a rotação dos estoques e em menos tempo o ativo será recuperado.

Quanto mais rápido girar o estoque melhor, o que quer dizer que está havendo uma “oxigenação” do caixa.

A fórmula para calcular a rotação dos estoques é a seguinte:

$$\mathbf{RE} = \frac{\text{CPV}}{\text{Est. Médio}}$$

19.2 Rotação do Ativo

Indica quantas vezes o ativo se renovou pelas vendas, recuperando o investimento aplicado. Este índice relaciona o volume das vendas com os recursos totais indicando o nível de eficiência com que são utilizados os investimentos da empresa.

Resultados superiores à unidade são positivos e indicam que o volume das vendas é maior do que o volume dos ativos, caracterizando a boa utilização dos recursos da empresa.

$$\mathbf{RA} = \frac{\text{VL}}{\text{ATIVO MÉDIO}}$$

19.3-Prazo médio de recebimento das vendas

Prazo Médio de Recebimento é o tempo médio em que a empresa financia a venda de seus produtos ou serviços; é o tempo médio que seus clientes demoram a pagar pelos produtos comprados da empresa. O Prazo Médio de recebimento é obtido através da divisão entre as vendas a prazo e as vendas líquidas da empresa, esse resultado multiplicado por 360 (aproximadamente o número de dias do ano) evidencia o número de dias que a empresa demora a resgatar seus direitos.

O prazo Médio de Recebimento das Vendas indica quantos dias, em média, a empresa leva para receber suas vendas. O volume de duplicatas a receber é decorrência de 2 fatores:

- Montante de vendas a prazo
- Prazo concedido aos clientes para pagamento.

A fórmula usada habitualmente para cálculo do prazo médio para recebimento das vendas é a seguinte

$$\mathbf{PMR} = \frac{\text{Cliente}}{\text{Vendas}}$$

19.4 Prazo médio de pagamento das compras.

O prazo Médio de Pagamento das Compras indica quantos dias, em média, a empresa demora para pagar seus fornecedores. A fórmula é a seguinte

$$\mathbf{PMP} = \frac{\text{Fornec}}{\text{Compras}}$$

Para o pagamento das contas a prazo, é necessário mais de capital de giro adicional para sustentar suas vendas. Uma das soluções é trabalhar, na medida do possível, com ampla margem de lucro sobre as vendas e tentar esticar ao máximo os prazos de pagamento adicionalmente a uma política agressiva de cobrança e descontos bancários.

19.5 Posicionamento Relativo

A relação entre os prazos médios de pagamento e recebimento de uma empresa é de fundamental importância para o bom desenvolvimento da atividade empresarial. A melhor forma de analisar a relação entre esses índices é através do Posicionamento Relativo.

Quanto menor o Quociente de Posicionamento Relativo (QPR) melhor, o que significa que o prazo de recebimento é menor que o prazo de pagamento

$$\text{QPR} = \frac{\text{PMR}}{\text{PMP}}$$

20 INDICADORES DE RENTABILIDADE

20.1 Retorno do investimento.

Retorno do investimento seria o lucro obtido pela empresa .

Para Iudicibus (1998) “ De maneira geral, portanto, devemos relacionar o lucro de um empreendimento com algum valor que expressa a “dimensão” relativa do mesmo, para analisar quão bem se saiu em determinado período.” A dimensão pode ser conceituada como volume de vendas, como valor do ativo total, como valor do ativo operacional, como valor do patrimônio líquido, como valor do capital social etc.

Investimento é toda aplicação realizada pela empresa com o objetivo de obter Lucro (Retorno). As aplicações estão evidenciadas no Ativo. Assim, temos as aplicações em disponíveis, estoques,

imobilizado, investimentos etc. A combinação de todas essas aplicações proporciona resultado para empresa: Lucro ou Prejuízo.

A fórmula utilizada é a seguinte:

$$\mathbf{RI} = \frac{LL}{VL} \times \frac{VL}{AM} \times 100$$

20.2 Taxa de Rentabilidade do Capital Alheio

A taxa de rentabilidade do capital alheio é aquela obtida através do quociente da despesa financeira e o capital alheio. Ela mede a taxa de retorno de capital de terceiros na empresa.

$$\mathbf{Ta} = \frac{JUROS}{CA} \times 100$$

20.3 Taxa de Rentabilidade do Patrimônio Líquido

A Taxa de Retorno sobre o Patrimônio Líquido pode ser definida como a Rentabilidade do ponto de vista dos proprietários, ou seja, o poder de ganho (ou não) dos mesmos, já que relacionamos o Lucro Líquido com o Patrimônio Líquido onde estão alocados os recursos dos empresários e a partir dessa análise verificar a remuneração que está sendo oferecida ao Capital Próprio.

$$\mathbf{Tp} = \frac{LL}{CP} \times 100$$

20.4 Taxa de Retorno Total

A taxa de retorno total mede o retorno total dos investimentos da empresa

$$T = \frac{\text{LAJI}}{\text{VL}} \times \frac{\text{VL}}{\text{CAP P. TOTAL}}$$

21 PONTOS POSITIVOS IDENTIFICADOS

A empresa planejada tem tudo pra evoluir. As margens de Contribuições são muito boas todas acima de 50 % e quase todos apresentam um excelente retorno nas vendas.

Outro ponto positivo identificado, foi com relação ao mercado, pois ele está em ascensão, o que nos remete uma grande oportunidade de conquistar clientes e com isso crescer no ramo.

22 PONTOS NEGATIVOS IDENTIFICADOS

A empresa é desconhecida e vai precisar de algum tempo para se solidificar. Com relação as suas dividas a grande maioria é de curto prazo o que nos remete a dizer que o tempo para honrar os compromissos são pequenos.

Conclusão

Ao término de este trabalho podemos considerar que se o investimento for bem administrado tem tudo para se manter e conquistar o mercado. Por meio das diversas análises que foram feitas constatou-se ser viável e além de apresentar bons resultados.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José. **Sumário executivo de plano de negócios**. Disponível em: http://www.planodenegocios.com.br/dinamica_artigo.asp?tipo_tabela=artigo&id=26. Acesso em: 12 Out 2007

DORNELAS, José; BOAS, Eduardo Vilas; CHAMIS, Fernando. **Uso de jogo de negócios para desenvolvimento de habilidades empreendedoras**. Disponível em: http://www.planodenegocios.com.br/dinamica_artigo.asp?tipo_tabela=artigo&id=442. Acesso em: 15 nov 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, xii, 183p. 2003

MOREIRA, Ana Terezinha. **Análise financeira de demonstrativo contábeis como instrumento gerencial**. Disponível em: <http://www.peritocontador.com.br/artigos/colaboradores/index.htm>. Acesso em: 14 dez 07.

APENDICES

DRE ANO 1

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$	152.632,39
(+) Receita de vendas	R\$	152.632,39
(-)DEDUÇÕES	R\$	15.516,16
ICMS	R\$	11.989,76
ISS	R\$	3.526,40
RECEITA OPERACIONAL LIQUIDA	R\$	137.116,23
(-) CPV	R\$	70.528,00
LUCRO BRUTO OPERACIONAL	R\$	66.588,23
(-)Despesas Operacionais	R\$	39.576,00
ENERGIA ELETRICA	R\$	2.676,00
TELEFONE	R\$	2.160,00
AGUA	R\$	1.200,00
PONTO COMERCIAL(ALUGUEL)	R\$	6.000,00
FUNCIONARIOS	R\$	13.680,00
PAPEL A4	R\$	1.320,00
BLOCO DE NOTAS FISCAIS	R\$	2.400,00
CANETAS	R\$	60,00
CARIMBOS	R\$	1.200,00
UNIFORMES	R\$	2.160,00
MARKETING	R\$	6.000,00
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$	720,00
LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR E CSLL	R\$	27.012,23
(-)PROVISÃO DO IR	R\$	4.051,83
(-)PROVISÃO DO CSLL	R\$	2.431,10
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$	20.529,29

BALANÇO ANO 1

ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$ 118.030,89	CIRCULANTE	R\$ 82.720,98
CAIXA	R\$ 39.792,84	FORNECEDORES	R\$ 76.238,05
BANCO/C/M	R\$ 2.000,00	PROVISÃO DO IR	R\$ 4.051,83
ESTOQUE	R\$ 76.238,05	PROVISÃO DO CSLL	R\$ 2.431,10
IMOBILIZADO	R\$ 62.002,60	EXIGIVEL A LONGO PRAZO	R\$ 2.000,00
MAQUINAS E EQ.	R\$ 8.932,60	EMPRESTIMOS A PAGAR	R\$ 2.000,00
TERRENO	R\$ 10.000,00		
VEICULOS	R\$ 40.000,00		
MOVEIS E UTENS.	R\$ 3.070,00	PATRIMONIO LIQUIDO	R\$ 98.012,50
		CAPITAL	R\$ 77.483,21
		LUCRO DO EXERCICIO	R\$ 20.529,29
DIFERIDO	R\$ 2.700,00		
GASTOS PRÉ-OPER.	R\$ 2.700,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$ 182.733,49	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 182.733,49

DRE ANO 2

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 167.895,63
(+) Receita de vendas	R\$ 167.895,63
(-)DEDUÇÕES	R\$ 16.486,87
ICMS	R\$ 12.960,47
ISS	R\$ 3.526,40
RECEITA OPERACIONAL LIQUIDA	R\$ 151.408,76
(-) CPV	R\$ 76.238,05
LUCRO BRUTO OPERACIONAL	R\$ 75.170,71
(-)Despesas Operacionais	R\$ 41.182,79
ENERGIA ELETRICA	R\$ 2.676,00
TELEFONE	R\$ 2.160,00
AGUA	R\$ 1.200,00
PONTO COMERCIAL(ALUGUEL)	R\$ 6.000,00
FUNCIONARIOS	R\$ 13.680,00
PAPEL A4	R\$ 1.320,00
BLOCO DE NOTAS FISCAIS	R\$ 2.400,00
CANETAS	R\$ 60,00
CARIMBOS	R\$ 1.200,00
UNIFORMES	R\$ 2.160,00

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

MARKETING	R\$	6.000,00
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$	720,00
<hr/>		
LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR E CSLL	R\$	33.987,92
<hr/>		
(-)PROVISÃO DO IR	R\$	5.098,19
(-)PROVISÃO DO CSLL	R\$	3.058,91
<hr/>		
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$	25.830,82

BALANÇO PATRIMONIAL (ANO 2)

ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$ 121.126,15	CIRCULANTE	R\$ 87.490,42
CAIXA	R\$ 39.792,84	FORNECEDORES	R\$ 79.333,31
BANCO/C/M	R\$ 2.000,00	PROVISÃO DO IR	R\$ 5.098,19
ESTOQUE	R\$ 79.333,31	PROVISÃO DO CSLL	R\$ 3.058,91
IMOBILIZADO	R\$ 62.002,60	EXIGIVEL A LONGO PRAZO	R\$ 2.000,00
MAQUINAS E EQ.	R\$ 8.932,60	EMPRESTIMOS A PAGAR	R\$ 2.000,00
TERRENO	R\$ 10.000,00		
VEICULOS	R\$ 40.000,00		
MOVEIS E UTENS.	R\$ 3.070,00	PATRIMONIO LIQUIDO	R\$ 96.338,33
		CAPITAL	R\$ 75.809,04
		LUCRO DO EXERCICIO	R\$ 20.529,29
DIFERIDO	R\$ 2.700,00		
GASTOS PRÉ-OPER.	R\$ 2.700,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$ 185.828,75	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 185.828,75

PROJEÇÃO DA DRE PARA O ANO 3

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 184.685,19
(+) Receita de vendas	R\$ 184.685,19
(-) DEDUÇÕES	R\$ 40.630,74
ICMS	R\$ 31.396,48
ISS	R\$ 9.234,26
RECEITA OPERACIONAL LIQUIDA	R\$ 144.054,45
(-) CPV	R\$ 79.333,31
LUCRO BRUTO OPERACIONAL	R\$ 64.721,13
(-) Despesas Operacionais	R\$ 42.854,81
ENERGIA ELETRICA	R\$ 2.676,00
TELEFONE	R\$ 2.160,00
AGUA	R\$ 1.200,00
PONTO COMERCIAL(ALUGUEL)	R\$ 6.000,00
FUNCIONARIOS	R\$ 13.680,00
PAPEL A4	R\$ 1.320,00
BLOCO DE NOTAS FISCAIS	R\$ 2.400,00
CANETAS	R\$ 60,00
CARIMBOS	R\$ 1.200,00
UNIFORMES	R\$ 2.160,00
MARKETING	R\$ 6.000,00
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$ 720,00
LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR E CSLL	R\$ 21.866,33
(-) PROVISÃO DO IR	R\$ 3.279,95
(-) PROVISÃO DO CSLL	R\$ 1.967,97
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 16.618,41

BALANÇO PATRIMONIAL ANO 3

BALANÇO PATRIMONIAL (ANO 3)			
ATIVO		PASSIVO	
<u>CIRCULANTE</u>	<u>R\$ 131.808,11</u>	<u>CIRCULANTE</u>	<u>R\$ 84.581,23</u>
CAIXA	R\$ 50.474,79	FORNECEDORES	R\$ 79.333,31
BANCO/C/M	R\$ 2.000,00	PROVISÃO DO IR	R\$ 3.279,95
ESTOQUE	R\$ 79.333,31	PROVISÃO DO CSLL	R\$ 1.967,97
<u>IMOBILIZADO</u>	<u>R\$ 62.002,60</u>	<u>EXIGIVEL A LONGO</u>	
MAQUINAS E		<u>PRAZO</u>	<u>R\$ 2.000,00</u>
EQ.	R\$ 8.932,60	EMPRESTIMOS A PAGAR	R\$ 2.000,00
TERRENO	R\$ 10.000,00		
VEICULOS	R\$ 40.000,00		
MOVEIS E		<u>PATRIMONIO LIQUIDO</u>	<u>R\$ 109.929,48</u>
UTENS.	R\$ 3.070,00	CAPITAL	R\$ 93.311,07
<u>DIFERIDO</u>	<u>R\$ 2.700,00</u>	LUCRO DO EXERCICIO	R\$ 16.618,41
GASTOS PRÉ-OPER.	R\$ 2.700,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$ 196.510,71	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 196.510,71

PROJEÇÃO DA DRE PARA O ANO 4

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 203.153,71
(+) Receita de vendas	R\$ 203.153,71
(-) DEDUÇÕES	R\$ 44.693,82
ICMS	R\$ 34.536,13
ISS	R\$ 10.157,69
RECEITA OPERACIONAL LIQUIDA	R\$ 158.459,89
(-) CPV	R\$ 82.554,25
LUCRO BRUTO OPERACIONAL	R\$ 75.905,64
(-) Despesas Operacionais	R\$ 44.594,71
ENERGIA ELETRICA	R\$ 2.676,00
TELEFONE	R\$ 2.160,00
AGUA	R\$ 1.200,00
PONTO COMERCIAL(ALUGUEL)	R\$ 6.000,00
FUNCIONARIOS	R\$ 13.680,00
PAPEL A4	R\$ 1.320,00
BLOCO DE NOTAS FISCAIS	R\$ 2.400,00
CANETAS	R\$ 60,00
CARIMBOS	R\$ 1.200,00
UNIFORMES	R\$ 2.160,00
MARKETING	R\$ 6.000,00
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$ 720,00
LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR E CSLL	R\$ 31.310,93
(-) PROVISÃO DO IR	R\$ 4.696,64
(-) PROVISÃO DO CSLL	R\$ 2.817,98
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 23.796,31

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

BALANÇO PATRIMONIAL (ANO 4)			
ATIVO		PASSIVO	
<u>CIRCULANTE</u>	<u>R\$ 149.836,39</u>	<u>CIRCULANTE</u>	<u>R\$ 87.301,95</u>
CAIXA	R\$ 43.092,70	FORNECEDORES	R\$ 76.015,21
BANCO/C/M	R\$ 2.000,00	PROVISÃO DO IR	R\$ 7.054,21
ESTOQUE	R\$ 76.015,21	PROVISÃO DO CSLL	R\$ 4.232,53
CLIENTES	R\$ 28.728,47	SALARIOS A PAGAR	R\$ 13.680,00
<u>IMOBILIZADO</u>	<u>R\$ 41.201,56</u>	<u>EXIGIVEL A LONGO</u>	
MAQUINAS E		<u>PRAZO</u>	<u>R\$ 2.000,00</u>
EQ.	R\$ 6.252,82	EMPRESTIMOS A PAGAR	R\$ 2.000,00
(-)			
DEPRECIÇÃO	R\$ (893,26)		
TERRENO	R\$ 10.000,00		
VEICULOS	R\$ 28.000,00		
(-)			
DEPRECIÇÃO	R\$ (4.000,00)		
MOVEIS E			
UTENS.	R\$ 2.149,00	<u>PATRIMONIO LIQUIDO</u>	<u>R\$ 102.276,00</u>
(-)		CAPITAL	R\$ 66.534,66
DEPRECIÇÃO	R\$ (307,00)	LUCRO DO EXERCICIO	R\$ 35.741,34
<u>DIFERIDO</u>	<u>R\$ 540,00</u>		
GASTOS PRÉ-			
OPER.	R\$ 1.080,00		
(-)			
AMORTIZAÇÃO	R\$ (540,00)		
TOTAL DO		TOTAL DO PASSIVO	R\$ 191.577,95
ATIVO	R\$ 191.577,95		

PROJEÇÃO DA DRE PARA O ANO 5

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 223.469,08
(+) Receita de vendas	R\$ 223.469,08
(-) DEDUÇÕES	R\$ 19.732,95
ICMS	R\$ 15.248,19
ISS	R\$ 4.484,76
RECEITA OPERACIONAL LIQUIDA	R\$ 203.736,13
(-) CPV	R\$ 89.695,21
LUCRO BRUTO OPERACIONAL	R\$ 114.040,92
(-) Despesas Operacionais	R\$ 54.485,51
DESPESAS C/ AMORTIZAÇÃO	R\$ 520,00
DESPESAS C/ DEPRECIAÇÃO	R\$ 5.200,26
ENERGIA ELETRICA	R\$ 2.676,00
TELEFONE	R\$ 2.160,00
AGUA	R\$ 1.200,00
PONTO COMERCIAL(ALUGUEL)	R\$ 6.000,00
FUNCIONARIOS	R\$ 13.680,00
PAPEL A4	R\$ 1.320,00
BLOCO DE NOTAS FISCAIS	R\$ 2.400,00
CANETAS	R\$ 60,00
CARIMBOS	R\$ 1.200,00
UNIFORMES	R\$ 2.160,00
MARKETING	R\$ 6.000,00
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$ 720,00
LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR E CSLL	R\$ 59.555,41
(-) PROVISÃO DO IR	R\$ 8.933,31
(-) PROVISÃO DO CSLL	R\$ 5.359,99
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 45.262,11

PROJEÇÃO DO BALANÇO PARA O ANO 5

BALANÇO PATRIMONIAL (ANO 5)			
ATIVO		PASSIVO	
<u>CIRCULANTE</u>	<u>R\$ 167.991,20</u>	<u>CIRCULANTE</u>	<u>R\$ 108.642,80</u>
CAIXA	R\$ 51.193,02	FORNECEDORES	R\$ 80.669,50
BANCO/C/M	R\$ 2.000,00	PROVISÃO DO IR	R\$ 8.933,31
ESTOQUE	R\$ 80.669,50	PROVISÃO DO CSLL	R\$ 5.359,99
CLIENTES	R\$ 34.128,68	SALARIOS A PAGAR	R\$ 13.680,00
<u>IMOBILIZADO</u>	<u>R\$ 36.001,30</u>	<u>EXIGIVEL A LONGO</u>	<u>R\$ 2.000,00</u>
MAQUINAS E		<u>PRAZO</u>	
EQ.	R\$ 5.359,56	EMPRESTIMOS A PAGAR	R\$ 2.000,00
(-)			
DEPRECIÇÃO	R\$ (893,26)		
TERRENO	R\$ 10.000,00		
VEICULOS	R\$ 24.000,00		
(-)			
DEPRECIÇÃO	R\$ (4.000,00)		
MOVEIS E			
UTENS.	R\$ 1.842,00	<u>PATRIMONIO LIQUIDO</u>	<u>R\$ 93.349,70</u>
(-)			
DEPRECIÇÃO	R\$ (307,00)	CAPITAL	R\$ 48.087,59
		LUCRO DO EXERCICIO	R\$ 45.262,11
<u>DIFERIDO</u>	<u>R\$ -</u>		
GASTOS PRÉ-			
OPER.	R\$ 540,00		
(-)			
AMORTIZAÇÃO	R\$ (540,00)		
TOTAL DO			
ATIVO	R\$ 203.992,50	TOTAL DO PASSIVO	R\$ 203.992,50

APENDICE B

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ CORRENTE			
ANO 5			
QLC=	AC	=	167.991
	PC	=	108.643
		=	1,546

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ CORRENTE			
ANO 4			
QLC=	AC	=	149.836
	PC	=	87.302
		=	1,716

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ CORRENTE			
ANO 3			
QLC=	AC	=	133.422
	PC	=	93.901
		=	1,421

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ CORRENTE			
ANO 2			
QLC=	AC	=	118.585
	PC	=	87.504
		=	1,355

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ CORRENTE			
ANO 1			
QLC=	AC	=	105.178
	PC	=	82.170
		=	1,280

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ SECA			
ANO 5			
QLS=	AC-EST	=	167.991 - 80.669
	PC	=	108642,80
		=	0,804

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ SECA			
ANO 4			
QLS=	AC-EST	=	149.836 - 76.015
	PC	=	87301,95
		=	0,846

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ SECA			
ANO 3			
QLS=	AC-EST	=	133.422 - 71.591
	PC	=	93900,71
		=	0,658

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ SECA			
ANO 2			
QLS=	AC-EST	=	118.585 - 67.384
	PC	=	87504,05
		=	0,585

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ SECA			
ANO 1			
QLS=	AC-EST	=	105.178 - 63.385
		=	0,509

	PC	82170,47
--	----	----------

APENDICE C

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ GERAL

ANO 5					
QLG=	AC+ REAL L/P	=	167.991	+	0,00
	PC+ EXIG L/P	=	108.643	+	2000,00
					= 1,52

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ GERAL

ANO 4					
QLG=	AC+ REAL L/P	=	149.836	+	0,00
	PC+ EXIG L/P	=	87.302	+	2000,00
					= 1,68

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ GERAL

ANO 3					
QLG=	AC+ REAL L/P	=	133.422	+	0,00
	PC+ EXIG L/P	=	93.901	+	2000,00
					= 1,39

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ GERAL

ANO 2					
QLG=	AC+ REAL L/P	=	118.585	+	0,00
	PC+ EXIG L/P	=	87.504	+	2000,00
					= 1,32

QUOCIENTE DE LIQUIDEZ GERAL

ANO 1					
QLG=	AC+ REAL L/P	=	105.178	+	0,00
	PC+ EXIG L/P	=	82.170	+	2000,00
					= 1,25

APENDICE D

QUOCIENTE DE ENDIVIDAMENTO de 2005 ATUALIZADO PARA 04/07					
QP DIV C/P	=	$\frac{PC}{PC+ EXIL P}$	X	100	
QUOCIENTE DE ENDIVIDAMENTO ANO 5					
QP DIV C/P	=	$\frac{108.642,80}{110.642,80}$	X	100	= 98,19 %
QUOCIENTE DE ENDIVIDAMENTO ANO 4					
QP DIV C/P	=	$\frac{87.301,95}{89.301,95}$	X	100	= 97,76 %
QUOCIENTE DE ENDIVIDAMENTO ANO 3					
QP DIV C/P	=	$\frac{93.900,71}{95.900,71}$	X	100	= 93,12 %
QUOCIENTE DE ENDIVIDAMENTO ANO 2					
QP DIV C/P	=	$\frac{87.504,05}{89.504,05}$	X	100	= 99,77 %
QUOCIENTE DE ENDIVIDAMENTO ANO 1					
QP DIV C/P	=	$\frac{82.170,47}{84.170,47}$	X	100	= 106,10 %

PENDICE E

QUOCIENTE DE PARTICIPAÇÃO DOS CAPITAIS DE 3ºs

$$QP = \frac{(PC+EX. LP)}{PT} \times 100$$

QUOCIENTE DE PARTICIPAÇÃO DOS CAPITAIS DE 3ºs ANO 5

$$QP = \frac{82.170 + R\$ 2.000,00}{R\$ 203.992,50} \times 100 = 41,26 \%$$

QUOCIENTE DE PARTICIPAÇÃO DOS CAPITAIS DE 3ºs ANO 4

$$QP = \frac{87.302 + R\$ 2.000,00}{R\$ 191.577,95} \times 100 = 46,61 \%$$

QUOCIENTE DE PARTICIPAÇÃO DOS CAPITAIS DE 3ºs ANO 3

$$QP = \frac{93.901 + R\$ 2.000,00}{R\$ 180.903,67} \times 100 = 53,01 \%$$

QUOCIENTE DE PARTICIPAÇÃO DOS CAPITAIS DE 3ºs ANO 2

$$QP = \frac{87.504 + R\$ 2.000,00}{R\$ 171.807,02} \times 100 = 52,10 \%$$

QUOCIENTE DE PARTICIPAÇÃO DOS CAPITAIS DE 3ºs ANO 1

$$QP = \frac{82.170 + R\$ 2.000,00}{R\$ 164.140,37} \times 100 = 51,28 \%$$

APENDICE F

ARANTIA DE CAPITAIS DE 3ºs OU DE CAPITAIS ALHEIOS

$$\text{GCT} = \frac{\text{PL}}{\text{CAP DE 3º}} \times 100$$

ARANTIA DE CAPITAIS DE 3ºs OU DE CAPITAIS ALHEIOS NO ANO 5

$$\text{GCT} = \frac{93349,70}{84170,47} \times 100 = 110,91 \%$$

ARANTIA DE CAPITAIS DE 3ºs OU DE CAPITAIS ALHEIOS NO ANO 4

$$\text{GCT} = \frac{102276,00}{89301,95} \times 100 = 114,53 \%$$

ARANTIA DE CAPITAIS DE 3ºs OU DE CAPITAIS ALHEIOS NO ANO 3

$$\text{GCT} = \frac{85002,96}{95900,71} \times 100 = 88,64 \%$$

ARANTIA DE CAPITAIS DE 3ºs OU DE CAPITAIS ALHEIOS NO ANO 2

$$\text{GCT} = \frac{82302,97}{89504,05} \times 100 = 91,95 \%$$

ARANTIA DE CAPITAIS DE 3ºs OU DE CAPITAIS ALHEIOS NO ANO

$$\text{GCT} = \frac{79969,91}{84170,47} \times 100 = 95,01 \%$$

APENDICE G

PRAZO ROTAÇÃO DOS ESTOQUES			
	RE	$= \frac{\text{CPV}}{\text{Est. Médio}}$	
ANO 5	RE	$= \frac{89.695,21}{118.677,10} =$	0,76
ANO 4	RE	$= \frac{85.270,53}{\text{R\$ } 111.810,48} =$	0,76
ANO 3	RE	$= \frac{81.064,11}{\text{R\$ } 105.282,58} =$	0,77
ANO 2	RE	$= \frac{77.065,20}{\text{R\$ } 99.076,71} =$	0,78
ANO 1	RE	$= \frac{70.528,00}{\text{R\$ } 63.385,20} =$	1,11
GIRO OU ROTAÇÃO DO ATIVO			
	RA	$= \frac{\text{VL}}{\text{ATIVO MÉDIO}}$	
ANO 5	RA	$= \frac{203.736,13}{\text{R\$ } 299.781,47} =$	0,68
ANO 4	RA	$= \frac{184.394,19}{\text{R\$ } 282.029,78} =$	0,65
ANO 3	RA	$= \frac{166.851,08}{\text{R\$ } 266.807,18} =$	0,63
ANO 2	RA	$= \frac{77.065,20}{\text{R\$ } 253.877,21} =$	0,30
ANO 1	RA	$= \frac{70.528,00}{\text{R\$ } 164.140,37} =$	0,43

APENDICE H

PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTOS DAS VENDAS

	PMR	=	$\frac{\text{Cliente}}{\text{Vendas}}$	=		x	360	=	
ANO 5	PMR	=	$\frac{\text{R\$ } 34.128,68}{\text{R\$ } 223.469,08}$	=	0,152722	x	360	=	54,98
ANO 4	PMR	=	$\frac{\text{R\$ } 28.728,47}{203.153,71}$	=	0,141412	x	360	=	50,91
ANO 3	PMR	=	$\frac{\text{R\$ } 23.932,53}{184.685,19}$	=	0,129586	x	360	=	46,65
ANO 2	PMR	=	$\frac{\text{R\$ } 19.680,33}{167.895,63}$	=	0,117218	x	360	=	42,20
ANO 1	PMR	=	$\frac{\text{R\$ } 15.917,14}{152.632,39}$	=	0,104284	x	360	=	37,54

PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO DAS COMPRAS

	PMP	=	$\frac{\text{Fornec}}{\text{Compras}}$	x	360	=	
ANO 5	PMP	=	$\frac{\text{R\$ } 80.669,50}{\text{R\$ } 170.364,71}$	x	360	=	170,46
ANO 4	PMP	=	$\frac{\text{R\$ } 76.015,21}{\text{R\$ } 161.285,74}$	x	360	=	169,67
ANO 3	PMP	=	$\frac{\text{R\$ } 71.590,53}{\text{R\$ } 152.654,63}$	x	360	=	168,83
ANO 2	PMP	=	$\frac{\text{R\$ } 67.384,11}{\text{R\$ } 144.449,30}$	x	360	=	167,94
ANO 1	PMP	=	$\frac{\text{R\$ } 63.385,20}{\text{R\$ } 133.913,20}$	x	360	=	170,40

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

POSICIONAMENTO RELATIVO				
	QPR	=	$\frac{\text{PMR}}{\text{PMP}}$	
ANO 5	QPR	=	$\frac{54,98}{170,46}$	= 0,32
ANO 4	QPR	=	$\frac{50,91}{169,67}$	= 0,30
ANO 3	QPR	=	$\frac{46,65}{168,83}$	= 0,28
ANO 2	QPR	=	$\frac{42,20}{167,94}$	= 0,25
ANO 1	QPR	=	$\frac{37,54}{170,40}$	= 0,22

APENDICE I

RETORNO DO INVESTIMENTO

	RI	=	$\frac{LL}{VL}$	X	$\frac{VL}{AM}$	X	100	=	
ANO 5	RI	=	$\frac{45262,11}{203.736,13}$	X	$\frac{203.736,13}{R\$ 299.781,47}$	X	100	=	15,10
ANO 4	RI	=	$\frac{35741,3}{184.394,19}$	X	$\frac{184.394,19}{R\$ 282.029,78}$	X	100	=	12,67
ANO 3	RI	=	$\frac{27328,9}{166.851,08}$	X	$\frac{166.851,08}{R\$ 266.807,18}$	X	100	=	10,24
ANO 2	RI	=	$\frac{20393,1}{151.268,14}$	X	$\frac{151.268,14}{R\$ 253.877,21}$	X	100	=	8,03
ANO 1	RI	=	$\frac{16166,7}{137.116,23}$	X	$\frac{137.116,23}{R\$ 164.140,37}$	X	100	=	9,85

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

APENDICE J MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS

MC COMPUTADOR	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 19.093,54	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 9.000,00	47%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 10.093,54	53%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	1%
LUCRO	R\$ 9.928,64	52%
MC CPU'S		
PREÇO DE VENDA	R\$ 42.010,21	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 20.000,00	48%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 22.010,21	52%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	0,4%
LUCRO	R\$ 21.845,31	52%
MC MONITORES 15'		
PREÇO DE VENDA	R\$ 8.656,04	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 3.990,00	46%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 4.666,04	54%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	1,9%
LUCRO	R\$ 4.501,14	52%
MC MONITORES 17'		
PREÇO DE VENDA	R\$ 12.650,94	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 5.990,00	47%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 6.660,94	53%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	1,3%
LUCRO	R\$ 6.496,04	51%
MC IMPRESSORAS		
PREÇO DE VENDA	R\$ 15.968,54	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 7.500,00	47%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 8.468,54	53%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	1,0%
LUCRO	R\$ 8.303,64	52%
MC Mouses		
PREÇO DE VENDA	R\$ 2.218,54	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 900,00	41%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 1.318,54	59%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	7,4%
LUCRO	R\$ 1.153,64	52%
MC TECLADO		
PREÇO DE VENDA	R\$ 4.489,38	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 1.990,00	44%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 2.499,38	56%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	3,7%
LUCRO	R\$ 2.334,48	52%

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

MC FONE/MIC	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DEVENDA	R\$ 1.256,04	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 438,00	35%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 818,04	65%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	13,1%
LUCRO	R\$ 653,14	52%

MC CAIXA DE SOM	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DEVENDA	R\$ 1.381,04	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 498,00	36%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 883,04	64%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	11,9%
LUCRO	R\$ 718,14	52%

MC WEBCAN	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DEVENDA	R\$ 2.322,71	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 950,00	41%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 1.372,71	59%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	7,1%
LUCRO	R\$ 1.207,81	52%

MC NOBREIK	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DEVENDA	R\$ 13.885,21	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 6.500,00	47%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 7.385,21	53%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	1,2%
LUCRO	R\$ 7.220,31	52%

MC CADEIRAS	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DEVENDA	R\$ 4.281,04	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 1.890,00	44%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 2.391,04	56%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	3,9%
LUCRO	R\$ 2.226,14	52%

MC HACKS	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DEVENDA	R\$ 2.614,38	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 1.090,00	42%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 1.524,38	58%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	6,3%
LUCRO	R\$ 1.359,48	52%

MC CAPAS P/ COM.	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DEVENDA	R\$ 551,88	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 100,00	18%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 451,88	82%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	29,9%
LUCRO	R\$ 286,98	52%

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

MC CABOS DE REDE	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 551,88	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 100,00	18%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 451,88	82%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	29,9%
LUCRO	R\$ 286,98	52%

MC PLACAS DE MEMÓRIA	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 3.468,54	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 1.500,00	43%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 1.968,54	57%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	4,8%
LUCRO	R\$ 1.803,64	52%

MC DISQUETE	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 499,79	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 75,00	15%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 424,79	85%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	33,0%
LUCRO	R\$ 259,89	52%

MC CD'S	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 1.989,38	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 790,00	40%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 1.199,38	60%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	8,3%
LUCRO	R\$ 1.034,48	52%

MC NETEBOOKS	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 14.087,29	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 6.597,00	47%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 7.490,29	53%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	1,2%
LUCRO	R\$ 7.325,39	52%

MC PROTETOR	VL P/ PRODUTO	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	R\$ 656,04	100%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 150,00	23%
MARGEM DE CONTRIB.	R\$ 506,04	77%
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 164,90	25,1%
LUCRO	R\$ 341,14	52%

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

APENDICE L PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

IGPM 2007	5,19%				
CRESCIMENTO DE 10% AO ANO	10%				
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEBIMENTOS	R\$152.632,39	R\$ 167.895,63	R\$184.685,19	R\$203.153,71	R\$223.469,08
CUSTOS E DES.	R\$ 73.263,55	R\$ 77.065,20	R\$ 81.064,11	R\$ 85.270,53	R\$ 89.695,21
CUSTOS FIXOS	R\$ 9.576,00	R\$ 41.629,60	R\$ 43.789,76	R\$ 46.062,01	R\$ 48.452,17
CUSTO TOTAL	R\$112.839,55	R\$ 118.694,79	R\$124.853,87	R\$131.332,53	R\$138.147,38
SALDO DE CAIXA	R\$ 39.792,84	R\$ 49.200,83	R\$ 59.831,32	R\$ 71.821,17	R\$ 85.321,70

APENDICE M- VALOR PRESENTE LIQUIDO

Anos	Investimentos	Entrada de Caixa	Saidas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de R. ao ano	Payback em Anos
0	R\$ 77.526,00			R\$ (77.526,00)		
1		R\$ 152.632,39	R\$ 112.839,55	R\$ 39.792,84	51%	1,95
2		R\$ 167.895,63	R\$ 118.694,79	R\$ 49.200,83	63%	1,58
3		R\$ 184.685,19	R\$ 124.853,87	R\$ 59.831,32	77%	1,30
4		R\$ 203.153,71	R\$ 131.332,53	R\$ 71.821,17	93%	1,08
5		R\$ 223.469,08	R\$ 138.147,38	R\$ 85.321,70	110%	0,91