



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTO EMPRESARIAL
PROFESSOR: HÉBER LAVOR MOREIRA

Geisilane dos Santos Silva Mat: 05010005401
Maria Auxiliadora Conceição Mat: 05010007101

BELÉM - PARÁ
2009

PLANO DE NEGÓCIOS

G&A

CONFECÇÕES LTDA

ÍNDICE

1. SÚMARIO EXECUTIVO.....	6
1.1. OBJETIVO DO PLANO.....	6
1.2. OPORTUNIDADE IDENTIFICADA.....	6
1.3. VISÃO.....	6
1.4. MISSÃO.....	6
1.5. DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	6
1.6. CAPITAL SOCIAL.....	7
2. DESCRIÇÕES DO EMPREENDIMENTO.....	7
3. DADOS DOS EMPREENDEDORES.....	8
4. LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO.....	8
5. NECESSIDADES DE PESSOAL.....	8
6. MERCADOS E PÚBLICO ALVO.....	8
7. CONCORRÊNCIA.....	9
8. PROMOÇÃO E PROPAGANDA.....	9
9. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	9
10. ANÁLISE DE S.W.O.T.....	9
10.1. AMBIENTE INTERNO.....	10
10.2. AMBIENTE EXTERNO.....	10
11. PLANO FINANCEIRO.....	10
11.1 INVESTIMENTO INICIAL.....	10
11.2 BALANÇO DE ABERTURA.....	12
11.3 QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS.....	12
11.4 FOLHA DO PRODUTO.....	13
11.5 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	13
11.6 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	13
11.6.1 FÓRMULA.....	14

11.6.2 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO	14
11.6.3 OBJETIVO DA ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO.....	14
12. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	15
13. FLUXO DE CAIXA	15
13.1. PARA QUE SERVE O FLUXO DE CAIXA.....	15
13.2. PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA.....	16
14. VALOR PRESENTE LIQUIDO – VPL.....	17
15. PAYBACK.....	18
16. TAXA INTERNA DE RETORNO - TIR.....	18
17. DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	19
18. REFERÊNCIAS.....	20
ANEXOS	21
ANEXO I – QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS	22
ANEXO II – FOLHA DO PRODUTO	23
ANEXO III – FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	24
ANEXO IV – PONTO DE EQUILÍBRIO.....	25
ANEXO V – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	28
ANEXO VI – FLUXO DE CAIXA PROJETADO POR PRODUTO.....	29
ANEXO VII – FLUXO DE CAIXA TOTAL.....	49
ANEXO VIII – VALOR PRESENTE LÍQUIDO E TAXA INTERNA DE RETORNO .	51
ANEXO IX – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	54
ANEXO X – BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO.....	55

RESUMO

O objetivo deste trabalho é o estudo sobre a viabilidade econômico-financeira de um empreendimento no setor de comércio de confecções. Para tanto, será utilizado um importante instrumento de gestão empresarial: O Plano de Negócios.

A aplicação do plano de negócios nos permite planejar a respeito do futuro dos empreendimentos; identificar seus pontos fortes e pontos fracos em comparação a concorrência; definir estratégias de marketing; analisar o desempenho financeiro e avaliar o retorno dos investimentos.

Esse estudo torna possível a análise de todo o negócio, com o intuito de evidenciar as suas potencialidades, sendo importante para o empreendedor avaliar suas decisões futuras sobre o negócio.

1. SÚMARIO EXECUTIVO

1.1. OBJETIVO DO PLANO

Tem como objetivo demonstrar todos os passos para a implantação de um empreendimento, no caso uma loja de confecções infantis e infanto-juvenis. Bem como, testar a viabilidade de um conceito de negócio e orientar o desenvolvimento das operações e estratégia.

1.2. OPORTUNIDADE IDENTIFICADA

O empreendimento se propõe a trabalhar com um conceito moderno para o ramo de confecções, oferecendo atendimento personalizado e de alta qualidade para atrair seus clientes. Contando com o fato de uma excelente localização da loja, e principalmente, oferecendo produtos bons a preços acessíveis e compatíveis com o mercado.

1.3. VISÃO

A visão da empresa é destacar-se no ramo do comércio de confecções infantis e infanto-juvenis através da personalização do atendimento, buscando sempre atender o cliente com eficiência e eficácia.

1.4. MISSÃO

A missão consiste em realizar transações comerciais no ramo de confecções, oferecendo aos nossos clientes preços acessíveis e atendimento de alta qualidade.

1.5. DADOS DO EMPREENDIMENTO

A sociedade gira sob o nome empresarial G&A Confecções Ltda, que irá atuar no setor de comércio de confecções. Constituída como uma sociedade limitada por cotas de responsabilidade LTDA.

1.6. CAPITAL SOCIAL

O capital social será de R\$ 33.408,40 (Trinta e Três Mil Quatrocentos e Oito Reais e Quarenta Centavos), sendo inteiramente integralizado pelos sócios e dividido em cotas no valor nominal de R\$ 1,00 cada expressado em valores conforme descrito abaixo:

SÓCIOS	PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA	%
GEISILANE DOS SANTOS SILVA	R\$ 16.704,20	50
MARIA AUXILIADORA CONCEIÇÃO	R\$ 16.704,20	50

2. DESCRIÇÕES DO EMPREENDIMENTO

O Empreendimento é uma loja de roupas infantis e infanto - juvenis, aonde o cliente poderá encontrar:

Artigos Femininos

Calça jeans

Bermuda jeans c/ elastano

Camiseta Regata

Saias jeans

Vestidos

Calça Corsária

Artigos Masculinos

Calça que vira bermuda

Calça jeans

BermudaCamiseta Pólo infantil

3. DADOS DOS EMPREENDEDORES

Sócia igualitária e administradora do empreendimento, **Geisilane dos Santos Silva**, residente na AV. José Malcher, 25, São Brás – Belém-Pará. CEP: 66.000-00 Telefone: 91-2183-7723. Graduada em Ciências Contábeis, pela Universidade Federal do Pará, Belém - PA.

Sócia igualitária e gerente financeira, **Maria Auxiliadora Neves da Conceição**, residente e domiciliada á AV: Presidente Vargas, 25, Comércio, Belém – PA, CEP: 65.000-000. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Pará, Belém-PA.

4. LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

O ponto localiza-se à Tv. Padre Eutíquio – Galeria Portuense Loja Quatro, no bairro da Batista Campos na cidade de Belém-PA.

5. NECESSIDADES DE PESSOAL

Dois atendentes, os quais serão incumbidos da limpeza e organização da loja, e um caixa.

6. MERCADOS E PÚBLICO ALVO

As lojas de roupas infantis e infanto-juvenis têm um mercado bem amplo, devido ao fato de existirem vários estilistas altamente criativos, que suprem as fábricas com modelos variados, e estas, por sua vez, disponibilizam para os lojistas deste mercado todo um arsenal de moda acabada para ser comercializada.

O publico alvo é o comércio varejista, buscando alcançar as mais diversas classes consumidoras. Por isso a localização estratégica da loja em uma galeria de grande visitação que oferece vários serviços, e conseqüentemente, recebe um grande número de pessoas diariamente.

7. CONCORRÊNCIA

Visando o sucesso do empreendimento, foi feita uma análise superficial baseada na observação da qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelos concorrentes. Foi constatado que nenhuma das lojas trabalha com atendimento personalizado; que muitas fecham para o almoço, sendo este um horário de grande movimentação proporcionado pela excelente localização; e outras que oferecem os mesmos produtos a preços muito elevados.

8. PROMOÇÃO E PROPAGANDA

Por se tratar de uma empresa nova iniciaremos com estratégias simples;

- Iniciaremos as atividades fazendo promoções
- Divulgação de nossa marca em locais que se concentre o nosso público-alvo;
- Destinar as perdas de papel, embalagens, etc. para uma cooperativa de reciclagem ou instituição social que se beneficie com a venda para a reciclagem;
- Anúncios em pequenos jornais de associações e cooperativas de nosso bairro;
- Distribuição de panfletos, direcionado ao público-alvo;
- Criação de um cartão fidelidade.

9. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A comercialização dos nossos produtos se dará por meio de uma equipe interna de vendas composta inicialmente por mim, e por minha sócia, dois atendentes e um caixa.

10. ANÁLISE DE S.W.O.T

A análise de S.W.O.T é um sistema simples de verificação da posição estratégica da empresa em determinado ambiente. Trata-se de uma análise do cenário onde a empresa pretende atuar, sendo uma base para a gestão do negócio e para seu planejamento estratégico.

10.1. AMBIENTE INTERNO

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Utilização de um serviço diferenciado no atendimento, visando atender de forma personalizada a clientela.	A grande quantidade de concorrentes.
Preços acessíveis e facilidade nas formas de pagamento.	A existência de concorrentes que trabalham de forma ilegal, tornando-se um fator complicante para a política de preços.

10.2. AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Satisfação dos clientes, proporcionada pela qualidade do atendimento personalizado agregada aos preços baixos.	A falta de seletividade de alguns consumidores, que se deixam levar mais pelos preços do que pela qualidade dos produtos e serviços.

11. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro contempla o orçamento de todos os itens necessários para iniciar o negócio, tais como: balcão, prateleiras, as máquinas necessárias, os gastos com as despesas de energia elétrica, água, telefone, etc.

11.1 INVESTIMENTO INICIAL

Para dar início a operacionalização da empresa foram identificadas algumas necessidades de investimentos descritas a seguir na planilha plano de investimentos. Evidenciamos abaixo a maneira como foram estimados alguns dos valores contidos no investimento. O valor total do investimento foi de R\$ 33.408,40.

- As despesas com legalização foram baseadas na legislação vigente;
- Os valores referentes aos móveis e máquinas foram baseados em cotação de preços feitos junto a fornecedores escolhidos pelas sócias.
- O valor referente à propaganda foi baseado no preço cobrado por profissionais para confecção de folders e demais estratégias de divulgação do empreendimento.

TABELA 1 – PLANO DE INVESTIMENTOS

1. Investimentos Fixos	Qtde.	Valor Unitário	Valor Total
Balcão para exposição	4	359,00	1.436,00
Prateleiras	40	170,00	6.800,00
Vitrines	4	430,00	1.720,00
Manequins Infantil masculino	2	340,00	680,00
Manequins Infantil feminino	2	340,00	680,00
Manequins Infantil unissex	2	310,00	620,00
Manequins Busto infantil	2	40,00	80,00
Espelhos (1,80m x 0,60m)	4	200,00	800,00
Provadores	3	90,00	270,00
Máquina ECF(Bematech MP 3000 TH FI)	1	1.998,00	1.998,00
Aparelho de Telefone (com fio)	2	25,00	50,00
Mesa	2	250,00	500,00
Cadeira	8	130,00	1.040,00
Computador	3	1.399,00	4.197,00
Impressora Multifuncional(Impressora+Copiadora+Scanner+Fax)	1	349,00	349,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS			21.220,00
2. Investimentos Financeiros			Valor
Estoque Inicial			6.408,40
Capital de Giro			3.780,00
Total			10.188,40
3. Despesas Pré-Operacionais			Valor
Despesas com legalização			1.500,00
Divulgação			500,00
Total			2.000,00
TOTAL GERAL DOS INVESTIMENTOS			33.408,40

TABELA 2 – CUSTOS

Custos Variáveis	Valor Total
Mercadorias	6.408,40
Comissões s/ vendas	-
Total	6.408,40
Custos Fixos	
	Valor
Pro-Labore e Encargos	1.218,30
Salários e encargos	1.768,86
Aluguel	600,00
Energia Elétrica	250,00
Água	60,00
Telefone e Internet	200,00
Material de expediente	100,00
Material de Limpeza	70,00
Propaganda	120,00
Depreciação de Mób.	1.467,60
Depreciação de Máq.	199,80
Depreciação de Comp.	909,20
Amortização	200,00
Total	6.963,76
Total Geral dos Custos	13.372,16

11.2 BALANÇO DE ABERTURA

O objetivo do balanço patrimonial é expressar os elementos financeiros e patrimoniais de uma entidade em um determinado momento. Geralmente é elaborado no final de cada exercício social, entretanto nesse momento sua elaboração se faz necessária para evidenciar a situação patrimonial inicial da empresa G&A Confeções Ltda.

TABELA 3 – BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA

ATIVO	R\$	PASSIVO	R\$
Circulante	10.188,40	Circulante	-
Disponível		Fornecedor	
Banco Conta Movimento	3.780,00		
Estoque			
Mercadorias	6.408,40		
Não Circulante	23.220,00	Não Circulante	
Realizável a Longo Prazo			
Investimento	-		
Imobilizado	21.220,00	Patrimônio Líquido	33.408,40
Móveis e Utensílios	14.676,00	Capital Social	33.408,40
(-) Depreciação Acum.			
Máquinas e Equipamentos	1.998,00		
(-) Depreciação Acum.			
Computadores e Periféricos	4.546,00		
(-) Depreciação Acum.			
Intangível			
Diferido	2.000,00		
Gastos Pré-Operacionais	2.000,00		
(-) Amortização Acum.			
TOTAL DO ATIVO	33.408,40	TOTAL DO PASSIVO	33.408,40

11.3 QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS

O quadro de custos é utilizado para evidenciar os custos mensais de cada produto. Isso é demonstrado através de rateio, relacionando cada produto com seu percentual de participação nos custos/despesas. O critério utilizado foi baseado nas quantidades estimadas de vendas e seus valores unitários. A empresa iniciará suas operações com um estoque inicial de 504 itens subdivididos da seguinte forma: 293 artigos femininos, 211 artigos masculinos.

11.4 FOLHA DO PRODUTO

A folha do produto evidencia o custo unitário do produto, obedecendo ao mesmo critério de rateio utilizado no quadro de custos. (Ver anexos)

11.5 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

PREÇO DE	=	CUSTO TOTAL
VENDA		1-(IMPOSTOS+MG DE LUCRO)

Quando se fala em **Preço de Venda** imaginamos que ele será, ou melhor, terá que ter o valor suficiente para a quitação de nossos compromissos, que poderão ser: o custo de reposição do estoque, o custo financeiro de estocagem, os impostos, as comissões e ainda contribuir para geração de recursos para o pagamento de despesas que não estão ligadas ao preço de venda e aquilo que o empresário julga o mais importante: **o lucro**.

Para se calcular o preço de venda de uma mercadoria, precisamos saber:

- 1) O valor do custo dessa mercadoria.
- 2) O regime tributário da empresa, para cálculo das alíquotas de impostos.
- 3) Pagamento de comissões sobre a venda.
- 4) A participação dos custos fixos em relação às vendas.
- 5) A margem de lucro líquido esperada.

Após agregar os custos correspondentes e calcular os impostos foram definidas margens de lucro diferenciadas para cada produto. (Ver anexos)

11.6 PONTO DE EQUILÍBRIO

Ponto de equilíbrio, do inglês *break-even-point*, é a denominação dada ao estudo, nas empresas, principalmente na área da contabilidade, onde o total das receitas é igual ao total das despesas. Neste ponto o resultado, ou lucro final, é igual a zero. Sua aplicação é de grande importância gerencial, pois proporciona ao empresário saber a partir de que momento o empreendimento começa a gerar lucro,

11.6.1 FÓRMULA

P.E	=	$\frac{\text{CUSTOS + DESPESAS FIXAS}}{\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA}}$
-----	---	---

11.6.2 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO

TABELA 4 – PONTO DE EQUILÍBRIO

CALÇA JEANS FEMININA						
PREÇO DE VENDA / UNIDADE	=				49,07	
CUSTOS + DESPESAS VARIÁVEIS / UNID	=				16,90	
CUSTOS + DESPESAS FIXAS / MÊS	=				977,47	
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	=				32,17	
PONTO DE EQUILÍBRIO / UNIDADE	=				30	
PONTO DE EQ. UNID.	=	$\frac{977,47}{32,17}$	=		30,38417	
P.E EM R\$	=	PV / UNIT	X	QTDE P.E	=	1490,964

Acima está descrito o ponto de equilíbrio por unidade e por valor monetário de um produto oferecido no empreendimento. Para que a empresa comece a gerar lucro será necessário ultrapassar todos os valores referentes a ponto de equilíbrio. Ou seja, para cobrir os custos do produto calça jeans feminina terá que vender 30 unidades para começar a obter lucro, em dinheiro isso corresponde a R\$ 1.490,96.

11.6.3 OBJETIVO DA ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO

Subsidiar as decisões relativas a:

- alteração do mix de vendas, tendo em vista o comportamento do mercado;
- alteração de políticas de vendas com relação a lançamentos de novos produtos;
- definição do mix de produtos, do nível de produção e preço do produto;
- subsidiar determinados tipos de tomada de decisão, como:

Quantas unidades de produto devem ser vendidas para se obter determinado montante de lucro?

O que acontecerá com o lucro se o preço aumentar ou diminuir?

Qual o volume de vendas mínimas no mês para que não haja prejuízo?

- avaliação de desempenho através da análise da margem de contribuição de cada produto;
- planejamento e controle de vendas e de resultados, etc.

12. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

É a quantia em dinheiro que sobra do preço de venda de um produto, serviço ou mercadoria após retirar o valor do custo variável unitário. Através dela, pode-se avaliar o quanto cada venda contribui para pagar os custos fixos da empresa.

Na verdade, os custos fixos pertencem à empresa. Desta forma, cada produto, mercadoria ou serviço vendido, deve contribuir individualmente com uma parcela deste custo fixo.

Na definição da margem de lucro é bom destacar os seguintes fatores:

- * remuneração do capital investido
- * reinvestimento no próprio negócio
- * investimentos em outro ramo de atividade
- * distribuição para sócios e funcionários
- * remuneração do risco empresarial

13. FLUXO DE CAIXA

Fluxo de caixa é um instrumento gerencial que controla e informa todas as movimentações financeiras (entradas e saídas de valores monetários) de um dado período - pode ser diário, semanal, mensal, etc. O fluxo de caixa é composto dos dados obtidos dos controles de contas a pagar, contas a receber, de vendas, de despesas, de saldos de aplicações, e todos os demais que representem as movimentações de recursos financeiros disponíveis da organização.

13.1. PARA QUE SERVE O FLUXO DE CAIXA

O Fluxo de Caixa é um instrumento de controle que auxilia na previsão, visualização e controle das movimentações financeiras de cada período. A sua grande utilidade, é permitir a identificação (especialmente prévia, mas também posterior) das sobras e faltas no caixa, possibilitando ao profissional planejar melhor suas ações futuras ou acompanhar o seu desempenho.

De uma forma ou de outra, um controle de fluxo de caixa bem feito é uma grande ferramenta para lidar com situações de alto custo de crédito, taxas de juros elevadas, redução do faturamento e outros fantasmas que rondam os empreendimentos. Ele permite:

- Avaliar se as vendas presentes serão suficientes para cobrir os desembolsos futuros já identificados.
- Calcular os momentos ideais para reposição de estoque ou materiais de consumo, considerando os prazos de pagamento e as disponibilidades.
- Verificar a necessidade de realizar promoções e liquidações, reduzir ou aumentar preços.
- Saber se é ou não possível conceder prazos de pagamentos aos clientes.
- Saber se é ou não possível comprar à vista dos fornecedores, para aproveitar alguma promoção.
- Ter certeza da necessidade ou não de obter um empréstimo de capital de giro.
- Antecipar as decisões sobre como lidar com as sobras ou faltas de caixa

13.2. PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

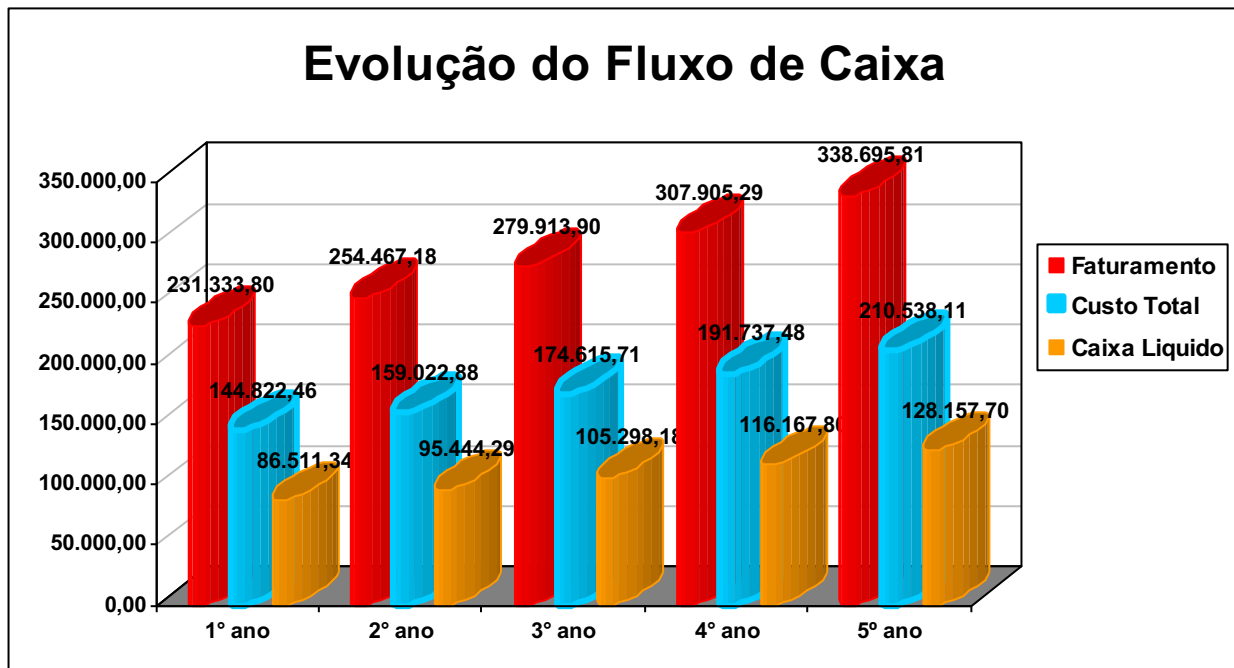
A projeção do fluxo de caixa permite a avaliação da capacidade de uma empresa gerar recursos para suprir o aumento das necessidades de capital de giro geradas pelo nível de atividades, remunerarem os proprietários da empresa, efetuar pagamento de impostos e reembolsar fundos oriundos de terceiros.

Um fluxo de caixa projeta o saldo de caixa para um horizonte de tempo, que pode ser de uma semana, mês, ano, etc. Além de permitir analisar a forma como uma empresa desenvolve sua política de captação e aplicação de recursos, o acompanhamento entre o fluxo projetado e o efetivamente realizado, permite identificar as variações ocorridas e as causas dessas variações.

O fluxo de caixa é construído a partir das informações relativas a todos os dispêndios e entradas de caixa já conhecidos e dos projetados.

Para a elaboração do fluxo de caixa, a empresa precisa dispor internamente de informações organizadas que permitam a visualização das contas a receber, contas a pagar e de todos os desembolsos geradores dos custos fixos. A forma de obtenção e organização dessas informações auxiliares passa pela utilização de ferramentas de gestão, cuja forma dependerá do tipo da empresa, do seu porte e disponibilidade financeira. O fluxo de caixa é um grande sistema de informações para o qual convergem os dados financeiros gerados em diversas áreas da empresa.

De acordo com esses pressupostos financeiros, foi elaborada uma demonstração dos Fluxos de Caixa projetado para os cinco primeiros anos de operação da empresa G&A confecções Ltda.



14. VALOR PRESENTE LÍQUIDO – VPL

Valor Presente Líquido - VPL é a soma do valor presente dos fluxos de caixa projetados para um determinado projeto, que são descontados a uma taxa que reflete o custo de oportunidade de se aplicar o dinheiro em outros fundos ou projetos alternativos. 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 VPL

$$\text{VPL} = \frac{\text{FN}}{(1+I)^N - \text{INVESTIMENTO}}$$

$$\text{VPL R\$ } 329.227,23$$

Onde:

VPL = Valor Presente Líquido

FN = Fluxo de Caixa

N = Períodos

I = Taxa de Retorno Desejado

15. Payback

- **Payback** é o tempo decorrido entre o investimento inicial e o momento no qual o lucro líquido acumulado se iguala ao valor desse investimento.

Este método visa calcular o nº. de períodos ou quanto tempo o investidor irá precisar para recuperar o investimento realizado. Um investimento significa uma saída imediata de dinheiro. Em contrapartida se espera receber fluxos de caixa que visem recuperar essa saída. O PayBack calcula quanto tempo isso irá demorar.

A fórmula do *payback* simples é:

$$\text{Payback} = \frac{\text{Custo do investimento}}{\text{Valor do Fluxo de caixa periódico}}$$

16. TAXA INTERNA DE RETORNO - TIR

A Taxa Interna de Retorno (TIR), em inglês IRR (Internal Rate of Return), é a taxa necessária para igualar o valor de um investimento (valor presente) com os seus respectivos retornos futuros ou saldos de caixa. Sendo usada em análise de investimentos significa a taxa de retorno de um projeto.

A Taxa Interna de Retorno de um investimento pode ser:

- Maior do que a Taxa Mínima de Atratividade: significa que o investimento é economicamente atrativo.
- Igual à Taxa Mínima de Atratividade: o investimento está economicamente numa situação de indiferença.
- Menor do que a Taxa Mínima de Atratividade: o investimento não é economicamente atrativo pois seu retorno é superado pelo retorno de um investimento com o mínimo de retorno.

Entre vários investimentos, o melhor será aquele que tiver a maior Taxa Interna de Retorno Matematicamente, a Taxa Interna de Retorno é a taxa de juros que torna o valor

presente das entradas de caixa igual ao valor presente das saídas de caixa do projeto de investimento.

17. DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

A demonstração do resultado do exercício tem como objetivo fornecer o resultado da empresa em determinado período, evidenciando cada um os elementos que compõe esse resultado. As despesas de uma empresa necessitam de um rigoroso acompanhamento afim de detectar qualquer anormalidade, proporcionado ao empresário a oportunidade de adotar medidas capazes de evitar prejuízos.

De acordo com a projeção aplicada ao empreedimento, no seu primeiro ano a empresa G&A Confecções teve um lucro líquido de R\$ 83.734,74 (Ver anexos). Resultado satisfatório para os primeiros 12 meses, se levarmos em consideração o valor aplicado no investimento e todos os custos.

18. REFERÊNCIAS

BRAGA, Roberto. Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 1989.408p.

NEVES, Silvério das. Contabilidade Básica. São Paulo: Frase, 2004. p. 335.

FALANDO sobre Como elaborar um Plano de Negócio. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em 31 de março de 2009.

FALANDO sobre a Formação do Preço de Venda. Disponível em: http://www.contagecontabilidade.com.br/formularios_apostilas/apostila_formacao_preco_ventas.pdf. Acesso em: 15 de abril de 2009.

ANEXOS