



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

IÊNÝ ANTUNES BENSABÁ

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA DE UMA BANCA DE
REVISTAS SOB A ÓTICA DO PLANO DE NEGÓCIO NA REGIÃO
METROPOLITANA DE BELÉM**

**BELÉM - PARÁ
JUNHO – 2005**

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

Iêny Antunes Bensabá

**Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas
sob a ótica do plano de negócio na Região Metropolitana de Belém.**

Trabalho apresentado para obtenção de
avaliação da disciplina Administração
Financeira – 10º semestre.

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

**BELÉM – PARÁ
JUNHO – 2005**

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

Iêny Antunes Bensabá

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas sob a
ótica do plano de negócio na Região Metropolitana de Belém.

Trabalho apresentado para obtenção de
avaliação da disciplina Administração
Financeira – 10º semestre.

Avaliado em: ____ / ____ / ____

Conceito: _____

Banca Examinadora:

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

BELÉM – PARÁ
JUNHO – 2005

RESUMO

Este trabalho vem ressaltar a importância da elaboração de um plano de negócio, mas precisamente de uma Banca de Revista, como fator preponderante para determinar as possibilidades de sucesso de um empreendimento.

Não dá para saber exatamente como será o futuro, mas dá para mostrar ao empreendedor uma noção, a mais próxima da realidade, de como o empreendimento irá se comportar, através do planejamento, e também saberá antecipadamente se o negócio é viável e em quanto tempo terá o retorno do capital investido.

Neste plano de negócio estão todas as etapas imprescindíveis à eficácia deste instrumento administrativo, ele irá ajudar o empreendedor a concluir se a sua idéia de abrir ou ampliar o negócio é viável e a buscar informações mais detalhadas sobre o seu ramo de negócio, os produtos e serviços que pretende oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio.

INTRODUÇÃO.....	7
CAPÍTULO I.....	8
1.1 – TÍTULO DO ESTUDO.....	8
1.2 – OBJETIVOS DO ESTUDO.....	8
1.2.1 – A importância do Estudo	8
1.2.2 – O que o discente se propõe a alcançar em seu estudo.....	8
1.2.3 – O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas	8
1.2.4 – Delimitação do Estudo.....	9
1.2.5 – Organização do Estudo	9
1.3 – PÚBLICO ALVO	9
1.4 – JUSTIFICATIVA	10
1.4.1 – Qual a razão da escolha do tema e desenvolvimento do estudo	10
1.5 – METODOLOGIA DE ESTUDO	10
1.6 – BIBLIOGRAFIA	11
CAPÍTULO II	12
PLANEJAMENTO	12
PLANO DE NEGÓCIO	12
CAPÍTULO III.....	14
3.1 – O EMPREENDIMENTO.....	14
3.2 - OS PRODUTOS	14
3.3 – O MERCADO.....	14
3.4 – PLANO DE MARKETING.....	15
3.4 – PLANO OPERACIONAL	15
3.4 – PLANO FINANCEIRO	15
3.4.1 – Investimento Inicial	16
3.4.2 – Receitas	16
3.4.3 – Custos e Despesas	16
3.4.4 – Fluxo de Caixa	16
3.4.5 – Balanço Patrimonial.....	17
3.4.6 – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	18
3.4.7 – Análise do Ponto de Equilíbrio	18
3.4.8 – Valor Presente Líquido (VPL).....	19
3.4.9 – Taxa Interna de Retorno (TIR)	20
3.4.10 – Período de PAYBACK	20
CAPÍTULO IV	21
4.1 - APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIO – BANCA DE REVISTA.....	21
4.1.2 – Check-list inicial para elaboração do plano de negócios	21
4.1.3 – Potencialidade da Empresa	22
4.1.4 – Estratégia de Negócio	22
4.1.5 – Dados Financeiros.....	23
A) Fontes de Recursos Financeiros	23
B) Custos	25
C) Balanço Inicial.....	27
D) Demonstração de Resultado de Exercício	28
E) Ponto de Equilíbrio.....	29

F) Projeção do Fluxo de Caixa	29
G) Análise dos Indicadores de Avaliação do Negócio.....	31
CONCLUSÃO	32
BIBLIOGRAFIA	33
ANEXOS.....	34
ANEXO I – Folha do Produto	35
ANEXO II – Plano de Investimento	36
ANEXO III – Quadro Estrutural de Custos	37
ANEXO IV – Rateio.....	38
ANEXO V – Determinação do Preço de Venda.....	38
ANEXO VI – Margem de Contribuição	39
ANEXO VII – Fluxo de Caixa.....	40
ANEXO VIII – VPL	41

INTRODUÇÃO

No mundo dos negócios não há ações sem planejamento, pois o resultado não é o mesmo, por exemplo: antes da compra de mercadorias a empresa faz uma pesquisa no mercado para avaliação de preço, qualidade, prazo de pagamento entre outros; pois ela não correrá o risco de pagar mais caro e assim não tendo um preço competitivo no mercado.

O plano de negócio traz todas as informações elucidativas para a implementação ou não de um empreendimento; não, porque se o mesmo não for viável ainda há a possibilidade de mudança no projeto ou até mesmo o abono da idéia inicial, partindo para outro de acordo com os resultados mostrados pelo plano de negócio, pois é melhor gastar tempo e dinheiro com um bom planejamento do que mudar todo o funcionamento de uma empresa ou até mesmo mudar de ramo, caso o negócio não seja viável.

Para um empreendimento dá certo não basta apenas ter recursos financeiros disponíveis, disposição e idoneidade do empreendedor e sim saber empregá-los na “hora certa e no lugar certo”.

CAPÍTULO I

1.1 – TÍTULO DO ESTUDO

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma banca de revista, sob a ótica do plano de negócio, na Região Metropolitana de Belém.

1.2 – OBJETIVOS DO ESTUDO

1.2.1 – A importância do Estudo

Através do plano de negócio é possível verificar a viabilidade de um empreendimento, analisando as variáveis que possam afetar a oportunidade, oferecendo todas as informações necessárias. Entretanto, se o empreendimento já está em andamento o plano de negócio servirá como ferramenta interna para avaliar o andamento do negócio.

1.2.2 – O que o discente se propõe a alcançar em seu estudo

Identificar, através do plano de negócio, se o empreendimento a ser feito ou o que já está em andamento será rentável, diminuindo assim os riscos de insucesso ao empreendedor.

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

O principal objetivo de uma empresa é a maior rentabilidade possível sem correr riscos e o planejamento é o primeiro passo, através do plano de negócio é possível demonstrar para o empreendedor e outros interessados

como acionistas, administradores e pessoas ligadas ao negócio, a melhor forma de agir para ser alcançada esta rentabilidade.

1.2.4 – Delimitação do Estudo

No Brasil muitos empreendimentos não dão certo ou tem um início com muito sacrifício por falta de planejamento, com o plano de negócio o empreendedor terá uma visão da direção que seu negócio deverá seguir para que obtenha mais lucro diminuindo os riscos do empreendimento.

1.2.5 – Organização do Estudo

- a) Capa;
- b) Folha de Rosto;
- c) Termo de Aprovação;
- d) Agradecimentos;
- e) Resumo;
- f) Sumário;
- g) Conteúdo Textual: Introdução; Planejamento e Procedimentos Metodológicos do Estudo; Fundamentação Teórica; Considerações Finais e Sugestões para Pesquisas Futuras;
- h) Anexos;
- i) Bibliografia.

1.3 – PÚBLICO ALVO

Voltado aos empreendedores, comunidade acadêmica e a todas as pessoas que se interessam no empreendimento e queiram obter êxito em seu negócio.

1.4 – JUSTIFICATIVA

1.4.1 – Qual a razão da escolha do tema e desenvolvimento do estudo

Este estudo surge devido muitas empresas não se fixarem no mercado por má administração dos negócios ou por falta de planejamento. Isto é decorrente da falta de um plano de negócio, o qual analisa e examina a viabilidade em todos os aspectos (técnico, econômico e financeiro) e desenvolve estratégias para que o negócio obtenha sucesso.

1.5 – METODOLOGIA DE ESTUDO

O estudo está sendo realizado baseado em pesquisa bibliográfica, obras publicadas na Internet e material da disciplina Administração Financeira com a orientação do Prof. Heber Lavor Moreira.

1.6 – BIBLIOGRAFIA

BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. São Paulo, Atlas, 2003.

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. **Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio**. Belém (PA), 2003 94f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Pará, Belém (PA), 2003.

MARTINS, Eliseu: **Contabilidade de Custos**. 7 ed. São Paulo, Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, Sérgio de: **Contabilidade Gerencial**. São Paulo, Atlas, 1998.

Sites Consultados:

www.peritocontador.com.br

CAPÍTULO II

PLANEJAMENTO

Mesmo antes da escolha do tipo de empreendimento a ser realizado já começa o planejamento e análise, pois o empreendimento terá que apresentar alguns pré-requisitos e o empresário ou aquele que deseja ser não irá investir seu dinheiro em algo que não lhe trará lucro, como, por exemplo, montar uma loja de roupas de frio (casacos, luvas e outros) em uma cidade que não necessite desse tipo de roupa no inverno; ou ainda, um restaurante de comidas sofisticadas em um bairro pobre. Esse tipo de decisão pode ser eliminada antes mesmo da elaboração do plano de negócio.

Depois de escolhido o empreendimento inicia-se o processo de análise de tudo que irá conter e modificar o projeto. É fundamental a elaboração de um documento que determine, antecipadamente, quais são os objetivos e metas que devem ser atingidos e como se deve fazer para alcançá-los, visando melhorar a qualidade dos métodos de tomada de decisão.

A lucratividade futura da empresa depende de dois fatores: primeiro manter e ampliar sua estrutura de ativo e, segundo, desenvolver uma estratégia de sucesso para essa estrutura e seguir a risco essa estratégia, podendo algumas vezes, no decorrer da aplicação do projeto, rever alguns pontos para chegar ao objetivo.

PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio é um documento que descreve quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Iniciar um negócio é difícil devido às incertezas, e o bom planejamento dá uma visão abrangente de como a empresa deverá se comportar durante um certo período de tempo, pois o plano de negócio detecta os problemas antes

que eles comecem, auxiliando na identificação de sua origem, sugerindo dessa forma modo de revê-los.

Empreender, muitas vezes, é uma viagem para um lugar desconhecido. A preparação de um plano de negócio não é uma tarefa fácil, exige persistência, comprometimento, pesquisa, trabalho duro e muita criatividade.

Ao final, o plano irá colaborar para que o empreendedor responda à seguinte pergunta: “Vale a pena abrir, manter ou ampliar um empreendimento?”

CAPÍTULO III

3.1 – O EMPREENDIMENTO

Nesse momento mostram-se quais serão as bases para realização do projeto e quem terá a responsabilidade de gerenciá-lo. Pretende-se demonstrar, afinal de contas, o empreendimento a ser implantado.

Neste item demonstrá-se dados da empresa, dos dirigentes, definição do negócio, objetivo e missão, oportunidades e ameaças, pontos fortes e fracos e infraestrutura.

3.2 - OS PRODUTOS

Produto é tudo aquilo que é oferecido ao mercado em troca de pagamento. Isso inclui: bens tangíveis (livros, bicicletas...), produtos digitais (software...) ou serviços (consultoria, leilões on-line...).

O sucesso do negócio está intimamente relacionado ao produto que será oferecido. Às suas características, a disponibilidade para colocação no mercado, a qualidade e, principalmente, em que medida ele atende às necessidades do cliente.

Deve-se mostrar detalhadamente o produto e o que estiver ligado diretamente a ele como: descrição do produto, sistema de qualidade dos produtos, normas e regulamentos técnicos, registros necessários, alianças estratégicas como terceirizações (serviço de contabilidade, de escritórios em geral e outros), parcerias (fornecedores) e representantes (empresas que ajudarão o empreendedor a comercializar seu produto em troca de pagamento ou outro tipo de benefício).

3.3 – O MERCADO

A análise do mercado o qual a empresa vai atuar é fundamental para o planejamento do negócio, será preciso identificar e quantificar os segmentos

que compõe o público-alvo, bem como conhecer melhor os concorrentes: quantos são, quem são os mais importantes, seus pontos fortes e fracos; fazer levantamento das tendências de mercado, participação pretendida no mercado, diferencial competitivo e metas específicas a serem atingidas.

3.4 – PLANO DE MARKETING

O marketing é a área da empresa que gerencia as questões relacionadas à comunicação e ao atendimento das necessidades do cliente, sendo, portanto, de fundamental importância para o sucesso do empreendimento.

O plano de marketing faz-se através da política de preços; canais de distribuição; domínios, marcas e patentes; estudo dos clientes, concorrentes e fornecedores e; estratégias promocionais.

3.4 – PLANO OPERACIONAL

Aqui será indicado como o negócio irá funcionar mostrando a melhor localização para a instalação do empreendimento; a capacidade produtiva e comercial, isto é, o quanto pode ser produzido ou quantos clientes podem ser atendidos com a estrutura existente e; necessidade de pessoal.

3.4 – PLANO FINANCEIRO

O objetivo final de todo negócio é o lucro. E mesmo organizações que não visam o lucro, devem ter objetivos claros de entrada e saída de recursos financeiros de forma a viabilizar a sua existência. O Objetivo deste tópico é, através de demonstrações e planilhas, analisar os principais aspectos financeiros do negócio.

O plano financeiro é a parte mais difícil do plano de negócio para muitos empreendedores. Isto acontece porque esta seção do plano representa todas

as outras quantitativamente, ou seja, proporciona a análise em números dos investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análises de rentabilidade do negócio.

3.4.1 – Investimento Inicial

Nesta etapa determina-se o total de recursos que deve ser investido para que a empresa comece a funcionar. O investimento total é formado pelos investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais.

Mesmo que a empresa esteja instalada, ou pretenda se instalar, numa incubadora, que comumente oferece parte desta estrutura inicial, estes valores devem ser considerados.

3.4.2 – Receitas

Serão apresentadas aqui as receitas decorrentes das atividades da empresa (Receitas Operacionais) e outras receitas, para cada período, sendo que a receita de venda de cada produto depende do preço unitário estabelecido e da quantidade vendida.

3.4.3 – Custos e Despesas

Os custos são gastos que estão ligados a produção ou serviço do empreendimento. As despesas são bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente pela administração.

3.4.4 – Fluxo de Caixa

A Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC), embora não exigida pela Lei 6.404/76 é de grande utilidade interna na entidade.

Para efeito de plano de negócio, a demonstração do fluxo de caixa é o mais importante instrumento de análise da viabilidade do negócio, pois mostra exatamente a projeção de entrada, saída e disponibilidade real de caixa para diversos períodos ao longo do tempo.

3.4.5 – Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial divide-se em grupos de contas, de característica semelhante facilitando, dessa forma, sua leitura, interrupção e análise.

Ativo Circulante: Compreende contas que estão constantemente em giro, em movimento, terá conversão em dinheiro ocorrerá, no máximo, até o próximo exercício social.

Realizável à longo prazo: Incluem-se nessa conta bens e direitos que se transformações em dinheiro após o exercício seguinte.

Permanente: São bens e direitos que não se destinam a venda e tem vida útil longa no caso de bens.

Investimento: São aplicações de caráter permanente que geram rendimentos não necessários à manutenção de atividade principal da empresa.

Imobilizado: Abarca itens de natureza permanente que serão utilizados para manutenção da atividade básica da empresa.

Diferido: São aplicações que beneficiarão de exercícios futuros.

Passivo: Compreende obrigações exigíveis que serão liquidados no próximo exercício social nos próximos 365 dias após o levantamento do balanço.

Exigível à longo prazo: Relaciona-se nessa conta obrigações exigíveis que serão liquidadas com prazo superior a um ano divididos a longo prazo.

Patrimônio Líquido: São recursos dos proprietários aplicações na empresa. Os recursos significam o capital mais o seu rendimento, lucros e recursos se houver prejuízo o total dos investimentos proprietários será reduzido.

3.4.6 – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

Aqui o objetivo é mostrar a receita obtida com a venda de produtos/serviços e abater deste resultado as saídas de recursos como custos dos produtos vendidos, despesas operacionais, impostos... até chegar ao lucro líquido (ou prejuízo) do período que vai fazer parte do Balanço da Empresa. Os períodos podem ser mensais, trimestrais, semestrais ou anuais. Para o plano de negócio, será projetada a demonstração para o futuro.

3.4.7 – Análise do Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto sua empresa precisa faturar ou quantas unidades de um determinado produto, ou serviço, precisam ser vendidas para pagar todos os seus os seus custos em um determinado período.

Deve-se concentrar todos os esforços para que o empreendimento ultrapasse o ponto de equilíbrio, pois, somente assim, irá obter lucro.

O equilíbrio, demonstrado pela quantidade de produtos, se faz através do lucro zero, ou do lucro desejado. Ou seja, preciso produzir 1.000 unidades de produto para pagar todos os meus custos e despesas fixas e nada ganhar. Neste caso estamos diante do lucro zero. A partir da 1.001^a unidade inicia-se o processo de obtenção de resultado positivo aos investidores. O ponto de equilíbrio se faz, então, na 1000^a unidade. Para chegarmos ao ponto de equilíbrio, temos de passar pela Margem de Contribuição, que é uma medida indicativa de resultado, proveniente da seguinte informação: Margem de Contribuição = Vendas Líquidas (-) Custos e Despesas Variáveis Observamos

pela fórmula da margem de contribuição que esta preocupa-se apenas com os gastos variáveis da empresa. Assim, é uma interpretação de resultado diferente daquelas que observamos na demonstração do resultado, mas é uma forma importante de se interpretar a “contribuição” de cada produto ao resultado final. Assim, para chegarmos ao ponto de equilíbrio, temos de segregar todos os gastos (custos ou despesas) em fixos e variáveis.

3.4.8 – Valor Presente Líquido (VPL)

Este método está baseado em uma taxa mínima de retorno assumida. Idealmente, esta taxa deveria ser a taxa média do custo do capital para a firma. Esta seria a taxa usada para descontar os fluxos de caixa líquido a seu valor presente. Os desembolsos líquidos são subtraídos do valor presente dos fluxos líquidos de entradas de caixa, oferecendo assim um número residual, que é o valor presente.

O Valor Presente Líquido é o valor atual dos resultados de uma série de períodos de fluxo de caixa menos o investimento inicial. Para se chegar ao valor atual, utiliza-se uma taxa de desconto que diminui o valor dos resultados proporcionalmente ao tempo que esse evento vá ocorrer, ou seja, 100 reais de lucro no período 1, (hoje) é maior que 100 reais no período 2 (daqui a dois meses) que por sua vez é maior que 100 reais no período 18 (daqui a 18 meses) e assim por diante. Essa taxa é baseada nos juros praticados pela economia e no grau de risco do mercado que se está atuando.

Uma decisão é feita a favor de um projeto quando o VPL é um número positivo. Quando o VPL das entradas de caixa é maior que o VPL do custo inicial do investimento, o projeto deve ser aceito.

$$VPL = \left(\frac{F1}{(1+I)^1} + \frac{F2}{(1+I)^2} + \frac{F3}{(1+I)^3} + \dots + \frac{Fn}{(1+I)^n} \right) - INV$$

Onde:

VPL: Valor Presente Líquido

Fn: Fluxo de Caixa após o imposto no ano n

I: Taxa de Retorno Desejada

n: vida do projeto em anos

INV: Investimento Inicial

3.4.9 – Taxa Interna de Retorno (TIR)

Também chamada *Internal Rate of Return (IRR)*, representa a taxa de desconto que iguala, num único momento, os fluxos de entrada com os de saída de caixa – na verdade, produz um **VPL igual a zero**.

Um investimento é atraente quando a TIR é maior ou igual à taxa de juros vigente no mercado para uma aplicação com o mesmo nível de risco.

3.4.10 – Período de PAYBACK

É o período de recuperação de um investimento. Ou seja, o prazo de tempo até que o investimento inicial seja recuperado por meio dos fluxos de caixa líquidos positivos gerados pelo negócio.

Corresponde, assim, ao período de tempo em que os valores dos investimentos realizados e despesas (fluxos negativos) se igualam às entradas de caixa (fluxos positivos).

O período de payback é calculado da seguinte forma:

$$\text{Período de Payback} = \frac{\text{Desembolsos Líquidos}}{\text{Entradas Líquidas de Caixa}}$$

CAPÍTULO IV

4.1 - APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIO – BANCA DE REVISTA

Estudo da viabilidade de um empreendimento de uma banca de revistas. Para atuar nesse mercado é necessário obter concessão junto à prefeitura do município sendo que nem sempre é possível encontrar pontos disponíveis.

O local a ser escolhido é de vital importância, devendo ser pesquisado o poder aquisitivo da região e o tipo de comércio existente nas proximidades. Essas informações darão ao empreendedor condições de estabelecer quais as publicações de maior interesse do seu público alvo.

As publicações podem ser diárias, semanais, quinzenais e mensais.

As editoras e os distribuidores fornecem o material e estabelecem cotas para cada produto. Cada banca recebe um lote mínimo de produtos, definido em função de uma pré-avaliação da banca e localização.

4.1.2 – Check-list inicial para elaboração do plano de negócios

A) Qual é o negócio?

Atua como comércio varejista de Revistas. O proprietário da banca irá vender revistas e o público será: crianças, jovens, adultos e idosos.

B) Qual a situação do negocio?

Fase inicial de planejamento e coleta de informações sobre o assunto para melhor atender as necessidades dos clientes.

C) Qual a localização da empresa?

Está situada na praça Brasil na Av. Dom Pedro I.

C) Qual o perfil da empresa?

Terá proprietário único, com perfil de empresário individual, de acordo com o novo código civil.

O nome da firma será o tipo de comércio (Banca de Revista) acrescido do nome do titular o qual será responsável limitadamente e individualmente pela empresa.

D) Porque o negócio será lucrativo?

Por ser um mercado que tem um vasto mercado consumidor onde pessoas dos diversos setores da sociedade podem se interessar pela mercadoria que será oferecida que são as revistas, e o produto (a informação) que será fornecido será de qualidade o que irá atrair um maior numero de clientes.

4.1.3 – Potencialidade da Empresa

Desempenha uma atividade econômica que explora a comercialização de produtos que, embora não sejam de primeira necessidade, têm sua importância na formação cultural e técnico-profissional da população, especialmente no mundo globalizado de hoje, em que a informação é um dos elementos chave. Está relacionada diretamente ao poder aquisitivo, por isso exige que esteja instalada em ponto estrategicamente situada em comunidade com nível de renda compatível, sendo recomendável ainda sua proximidade a pontos de intensas atividades econômicas e fluxo de pessoas.

Cabe ressaltar que, além de revistas e jornais, poderá comercializar livros e outras publicações, e ainda produtos de bombonière, tabacaria e cartões telefônicos, inclusive de créditos para aparelhos celulares.

4.1.4 – Estratégia de Negócio

O mercado consumidor de jornais e revistas abrange todas as faixas etárias, tendo em vista a diversidade das publicações ofertáveis. Existem revistas voltadas especificamente para o público feminino ou masculino, diversas outras dirigidas a crianças, adolescentes, adultos e idosos, bem como as edições da segmentação do mercado técnico, atingindo, assim, tanto o leitor

que busca somente entretenimento quanto o nicho mais exigente de consumidores que procura o jornalismo técnico-profissional.

As empresas, os executivos, os profissionais liberais e uma estreita margem da população em geral optam pela assinatura de jornais e revistas diretamente com os fornecedores. Mas a grande maioria dos estudantes, empregados, adolescentes, crianças e leitores de modo geral compram seus exemplares de forma avulsa, adquirindo-os em bancas que estão sempre com seus estoques atualizados e diversificados, satisfazendo toda a demanda.

É essencial que o empreendedor tenha uma visão de mercado consumidor, em termos das revistas e publicações mais bem aceitas, a periodicidade das publicações e os períodos de devolução. Destaque-se que o sucesso do empreendimento dependerá, também, da atitude que seu dirigente terá à frente do negócio, especialmente adotando uma postura competitiva, lembrando, de antemão, que o sucesso no ramo advém de uma boa política de atendimento associado à qualidade de serviço prestado, às necessidades dos clientes.

4.1.5 – Dados Financeiros

A) Fontes de Recursos Financeiros

Esta fonte de informação é necessária para propostas de financiamento, mas também útil para o proprietário. É uma reafirmação de quanto será necessário para a abertura do negócio, ou seja, para operar no mercado.

Os recursos necessários na fase inicial do empreendimento e o capital de giro, que corresponde o quanto a empresa possui para operar no mercado em termos de ativos disponíveis e a realizar em curto prazo, serão provenientes de economias pessoais do empreendedor e capital de terceiros.

Para o presente trabalho, foi elaborado o plano de investimento demonstrado no Quadro I abaixo, como passo inicial para o desenvolvimento das etapas subseqüentes, até a conclusão do estudo.

QUADRO I – INVESTIMENTO INICIAL

DESCRIÇÃO	QUANT.	VALOR
Investimento Inicial		R\$ 22.400,00
Capital Próprio		R\$ 10.000,00
Capital de Terceiros		R\$ 12.000,00
Banca de Revistas		R\$ 15.000,00
Painéis de plástico		R\$ 300,00
Grampos para segurar a exposição		R\$ 100,00
Despesas pré-operacionais		R\$ 500,00
Legalização da Banca		R\$ 500,00
Custo Variável		R\$ 5.242,88
Aquisição de Revistas	900	R\$ 5.242,88
Revistas Científicas	140	R\$ 884,63
Galileu	70	R\$ 417,38
Exame	70	R\$ 467,25
Revista Culinária	80	R\$ 174,00
Ana Maria	80	R\$ 174,00
Revistas de Fofoca	180	R\$ 796,50
Caras	90	R\$ 398,25
Contigo	90	R\$ 398,25
Revista Infantil	80	R\$ 537,00
Recreio	80	R\$ 537,00
Revistas Informativas	180	R\$ 958,50
Isto é	90	R\$ 465,75
Veja	90	R\$ 492,75
Revistas Masculinas	240	R\$ 1.892,25
Playboy	140	R\$ 1.149,75
Sexy	100	R\$ 742,50
Custos Fixas		R\$ 410,50
Água		R\$ 10,50
Energia Elétrica		R\$ 50,00
Telefone		R\$ 50,00
Salários		R\$ 300,00
Despesas Fixas		R\$ 20,00
Material de Expediente		R\$ 20,00
TOTAL		R\$ 430,50

B) Custos

Foi adotada a classificação dos custos empregados no Plano de Negócio ditado por MARTINS (2000), relacionados a seguir, para o perfeito entendimento de sua aplicação:

CUSTO VARIÁVEL - são os custos que variam diretamente com a quantidade de vendas, embora alguns considerem a matéria prima como único custo realmente variável, no verdadeiro sentido da palavra. Ressalte-se que, para cada segmento, há de se avaliar os tributos incidentes em várias empresas. Sem esquecer a importância de analisar o período à curto prazo, o valor total e o volume de produção do período. Divide-se em:

Custo Variável Médio: é o resultado do Custo Total Variável dividido pela quantidade produzida.

Custo Variável Total: depende da quantidade produzida, e caracteriza-se pela variação das parcelas do custo na razão direta da variação da produção (salários e matérias-primas).

CUSTOS FIXOS - não existem custos ou despesas eternamente fixos; são fixos dentro de certos limites de oscilação da atividade a que se referem, e, após tais limites, aumentam, mas não de forma proporcional. Razão suficiente para recomendar a necessidade de pleno conhecimento dos custos gerados pela estrutura da empresa (aluguel de imóvel, honorários do contador, salários + encargos do pessoal administrativo etc.), lembrando que estes custos independem da ocorrência da venda.

Segundo os conceitos acima, o Quadro II abaixo demonstra os Custos Variáveis encontrados a partir da estimativa dos produtos a serem comercializados na Banca de Revista pretendida:

QUADRO II – QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTO

QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS		
Produção Inicial = 900		
Custos Variáveis	Quant	Valor (R\$)
Revista Científica	140	R\$ 884,63
Galileu	70	R\$ 417,38
Exame	70	R\$ 467,25
Revista de Culinária	80	R\$ 174,00
Ana Maria	80	R\$ 174,00
Revistas de Fofoca	180	R\$ 796,50
Caras	90	R\$ 398,25
Contigo	90	R\$ 398,25
Revista Infantil	80	R\$ 537,00
Recreio	80	R\$ 537,00
Revistas Informativas	180	R\$ 958,50
Isto é	90	R\$ 465,75
Veja	90	R\$ 492,75
Revistas Masculinas	240	R\$ 1.892,25
Playboy	140	R\$ 1.149,75
Sexy	100	R\$ 742,50
TOTAL	900	R\$ 5.242,88

Prosseguindo, foram estimadas as despesas do empreendimento enquadradas como Custos Fixos e Despesas Fixas, para, com o Custo Total Variável acima encontrado, proceder ao cálculo do Custo Total, reunido conforme demonstrado no Quadro III a seguir:

QUADRO III – CUSTO TOTAL

DESCRIÇÃO	VALOR
Custos Fixas	R\$ 410,50
Água	R\$ 10,50
Energia Elétrica	R\$ 50,00
Telefone	R\$ 50,00
Salários	R\$ 300,00
Despesas Fixas	R\$ 20,00
Material de Expediente	R\$ 20,00
TOTAL VARIÁVEL	R\$ 5.242,88
TOTAL FIXO	R\$ 430,50
TOTAL	R\$ 5.673,38

C) Balanço Inicial

O Balanço Patrimonial inicial foi elaborado a partir do plano de investimento, no balanço consta o valor de aquisição das revistas adquiridas com os fornecedores e o quanto inicialmente será gasto com o material necessário para o funcionamento da banca de revistas.

QUADRO IV – BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
ATIVO		PASSIVO	
ATIVO CIRCULANTE	6.500,00	PASSIVO CIRCULANTE	12.000,00
Disponível	1.257,12	Fornecedores	12.000,00
Caixa	257,12		
Banco	1.000,00		
Estoque	5.242,88		
ATIVO PERMANENTE	15.900,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	10.400,00
Imobilizado	15.400,00	Capital Social	10.400,00
Imóvel-Banca de Revista	15.000,00		
Móveis e Utensílios	400,00		
Diferido	500,00		
Despesas de Organização	500,00		
TOTAL DO ATIVO	22.400,00	TOTAL DO PASSIVO	22.400,00

D) Demonstração de Resultado de Exercício

Para elaborar a Demonstração do Resultado do Exercício para os cinco primeiros anos de atividade da banca de revistas considerou-se um acréscimo de 15% no volume de vendas a cada ano e também o IGPM – Índice Geral de Preço de Mercado da Fundação Getúlio Vargas, acumulado em 9% no Ano 1 de operação da empresa, para corrigir os custos de despesas variáveis da prestação do serviço a cada ano

QUADRO V – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	83.886,00	98.985,48	116.802,87	137.827,38	162.636,31
(-) Deduções ICMS					
Receita Operacional Líquida	83.886,00	98.985,48	116.802,87	137.827,38	162.636,31
Custos Operacionais	62.914,50	76.624,24	85.819,15	96.117,45	107.651,54
(-) Custos do Período Custo Direto das Mercadorias	62.914,50	76.624,24	85.819,15	96.117,45	107.651,54
Lucro Operacional Bruto	20.971,50	22.361,24	30.983,72	41.709,94	54.984,77
Despesas Operacionais	5.166,00	5.785,92	6.480,23	7.257,86	8.128,80
Ag.,Luz,Telefone,Salar.,Mat.Exped.	5.166,00	5.785,92	6.480,23	7.257,86	8.128,80
Lucro Operacional	15.805,50	16.575,32	24.503,49	34.452,08	46.855,97
(+/-) Rec./Desp. não Operacionais					
Lucro antes do Imposto de Renda	15.805,50	16.575,32	24.503,49	34.452,08	46.855,97
(-) Imposto de Renda	474,17	497,26	735,10	1.033,56	1.405,68
Lucro Líquido	15.331,34	16.078,06	23.768,38	33.418,52	45.450,29

E) Ponto de Equilíbrio

Através do ponto de equilíbrio do negócio objeto deste Plano, pode-se concluir que o empreendimento é rentável, pois ele consegue cobrir todos os seus custos (Fixos e Variáveis), restando ainda um excedente, que é lucro apurado. Tais conclusões podem ser constatadas no Quadro VII, elaborado individualmente, para cada produto comercializado.

QUADRO VI – PONTO DE EQUILÍBRIO

PONTO DE EQUILÍBRIO						
	Preço de Venda	Custo+Despesas Variáveis/Unid.	(+)Custo+Despesas Fixas/Mês	/Marg.Contrib. Unitária	(=)Ponto de Equilíbrio/Unid.	Ponto de Equil. em R\$
Galileu	R\$ 7,95	R\$ 5,96	0,48	R\$ 1,99	3,24	R\$ 25,76
Exame	R\$ 8,90	R\$ 6,68	0,48	R\$ 2,23	3,21	R\$ 28,61
Ana Maria	R\$ 2,90	R\$ 2,18	0,48	R\$ 0,73	3,66	R\$ 10,61
Caras	R\$ 5,90	R\$ 4,43	0,48	R\$ 1,48	3,32	R\$ 19,61
Contigo	R\$ 5,90	R\$ 4,43	0,48	R\$ 1,48	3,32	R\$ 19,61
Recreio	R\$ 8,95	R\$ 6,71	0,48	R\$ 2,24	3,21	R\$ 28,76
Isto é	R\$ 6,90	R\$ 5,18	0,48	R\$ 1,73	3,28	R\$ 22,61
Veja	R\$ 7,30	R\$ 5,48	0,48	R\$ 1,83	3,26	R\$ 23,81
Playboy	R\$ 10,95	R\$ 8,21	0,48	R\$ 2,74	3,17	R\$ 34,76
Sexy	R\$ 9,90	R\$ 7,43	0,48	R\$ 2,48	3,19	R\$ 31,61
	R\$ 75,55	R\$ 56,66	R\$ 430,50	R\$ 18,89	32,89	R\$ 245,78

F) Projeção do Fluxo de Caixa

A projeção do Fluxo de Caixa é o instrumento de planejamento financeiro mais importante de que o empreendedor dispõe. Nele procura-se orçar as necessidades de recursos financeiros de uma empresa, mostrando como o dinheiro entrará e sairá da empresa no decorrer de um determinado período, que, no caso aqui apresentado, é de cinco anos, conforme demonstrado no Quadro VII; o dinheiro entra na empresa através de vendas, cobrança recebíveis, injeção de capital etc., e sai através de pagamentos à vista de despesas de todos os tipos.

QUADRO VII – PROJEÇÃO PARA FLUXO DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 anos	
IGPM / 2005	12%
Crescimento de 18% ao ano	18%

	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Caixa Inicial					
RECEBIMENTOS					
Faturamento	83.886,00	98.985,48	116.802,87	137.827,38	162.636,31
Receitas à vista					
PAGAMENTOS					
Custos/Disp.Var.	68.414,50	76.624,24	85.819,15	96.117,45	107.651,54
Galileu					
Exame					
Ana Maria					
Caras					
Contigo					
Recreio					
Isto é					
Veja					
Playboy					
Sexy					
Total de Revistas					
Impostos Variáveis					
Contas a Pagar					
Custos Fixos	5.166,00	5.785,92	6.480,23	7.257,86	8.128,80
Água					
Energia Elétrica					
Telefone					
Salários					
Mat.de Expediente					
Custo Total	73.580,50	82.410,16	92.299,38	103.375,30	115.780,34
SALDO DE CAIXA	10.305,50	16.575,32	24.503,49	34.452,08	46.855,97

G) Análise dos Indicadores de Avaliação do Negócio

QUADRO VIII – INDICADORES DE AVALIAÇÃO

Valor Presente Líquido							
Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	22.400,00			-22.400,00			
1		83.886,00	73.580,50	10.305,50	46%	2,17	782
2		98.985,48	82.410,16	16.575,32	74%	1,35	487
3		116.802,87	92.299,38	24.503,49	109%	0,91	329
4		137.827,38	103.375,30	34.452,08	154%	0,65	234
5		162.636,31	115.780,34	46.855,97	209%	0,48	172

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

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo de Caixa Anual}}$$

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

VPL = Valor Presente Líquido

Fn = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

$$\text{VPL} = \mathbf{R\$ 43.561,33}$$

$$\text{TIR} = \mathbf{75\%}$$

CONCLUSÃO

Para quem quer montar seu próprio negócio e não pretende fazer grande investimento, uma banca de jornal e revistas pode ser considerada uma boa alternativa, tendo em vista o pequeno capital inicial que exige, o baixo risco que apresenta e a boa rentabilidade que proporciona.

Lembrando que os interessados em montar este tipo de negócio podem obter junto ao SEBRAE mais próximo todas as informações aplicáveis a esse ramo de atividade, a seguir alguns pontos destacáveis.

Para atuar nesse mercado é necessário obter concessão junto à prefeitura do município sendo que nem sempre é possível encontrar pontos disponíveis.

A escolha do local a ser utilizado é de vital importância, devendo ser pesquisado o poder aquisitivo da região e o tipo de comércio existente nas proximidades. Essas informações darão ao empreendedor condições de estabelecer quais as publicações de maior interesse do seu público alvo.

O lucro líquido da banca pode ser considerado muito bom, pois o empreendimento não exige capital de giro, uma vez que as publicações são adquiridas sob regime de consignação.

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, Alcimélia das Garças Martins. **Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio**. Belém (PA), 2005 37f. Trabalho para obtenção de avaliação da disciplina Administração Financeira – Universidade Federal do Pará, Belém (PA), 2005.

BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. São Paulo, Atlas, 2003.

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. **Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio**. Belém (PA), 2003 94f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Pará, Belém (PA), 2003.

FIGUEREDO, Sandra, CAGGIANO, Paulo César: **Controladoria – Teoria e Prática**. 2ª ed. São Paulo, Atlas, 1997.

IUDÍCIBUS, Sérgio de: **Contabilidade Gerencial**. São Paulo, Atlas, 1998.

MARTINS, Eliseu: **Contabilidade de Custos**. 7 ed. São Paulo, Atlas, 2000.

Sites Consultados:

www.peritocontador.com.br

www.sebrae.com.br

ANEXOS

ANEXO I – Folha do Produto

ANEXO II – Plano de Investimento

ANEXO III – Quadro Estrutural de Custos

ANEXO IV – Rateio

ANEXO V – Determinação do Preço de Venda

ANEXO VI – Margem de Contribuição

ANEXO VII – Fluxo de Caixa

ANEXO VIII – VPL

ANEXO I – Folha do Produto

FOLHA DO PRODUTO

DESCRIÇÃO	Quant.	Valor Unit (R\$)
CUSTOS VAR.		
REVISTAS		
Galileu	70	R\$ 5,96
Exame	70	R\$ 6,68
Ana Maria	80	R\$ 2,18
Caras	90	R\$ 4,43
Contigo	90	R\$ 4,43
Recreio	80	R\$ 6,71
Isto é	90	R\$ 5,18
Veja	90	R\$ 5,48
Playboy	140	R\$ 8,21
Sexy	100	R\$ 7,43
CUSTOS E DESPESAS FIXAS		
Água		R\$ 10,50
Enérgia Elétrica		R\$ 50,00
Telefone		R\$ 50,00
Salários		R\$ 300,00
Mat.de Expediente		R\$ 20,00
TOTAL		R\$ 430,50

CUSTO			Venda Mensal
Preço de Venda	Lucro por cada Rev.	Custo por cada Ver.	
R\$ 7,95	R\$ 1,99	R\$ 5,96	R\$ 556,50
R\$ 8,90	R\$ 2,23	R\$ 6,68	R\$ 623,00
R\$ 2,90	R\$ 0,73	R\$ 2,18	R\$ 232,00
R\$ 5,90	R\$ 1,48	R\$ 4,43	R\$ 531,00
R\$ 5,90	R\$ 1,48	R\$ 4,43	R\$ 531,00
R\$ 8,95	R\$ 2,24	R\$ 6,71	R\$ 716,00
R\$ 6,90	R\$ 1,73	R\$ 5,18	R\$ 621,00
R\$ 7,30	R\$ 1,83	R\$ 5,48	R\$ 657,00
R\$ 10,95	R\$ 2,74	R\$ 8,21	R\$ 1.533,00
R\$ 9,90	R\$ 2,48	R\$ 7,43	R\$ 990,00
			R\$ 6.990,50

ANEXO II – Plano de Investimento

DESCRIÇÃO	QUANT.	VALOR
Investimento Inicial		R\$ 22.400,00
Capital Próprio		R\$ 10.000,00
Capital de Terceiros		R\$ 12.000,00
Banca de Revistas		R\$ 15.000,00
Painéis de plástico		R\$ 300,00
Grampos para segurar a exposição		R\$ 100,00
Despesas pré-operacionais		R\$ 500,00
Legalização da Banca		R\$ 500,00
Custo Variável		R\$ 5.242,88
Aquisição de Revistas	900	R\$ 5.242,88
Revistas Científicas	140	R\$ 884,63
Galileu	70	R\$ 417,38
Exame	70	R\$ 467,25
Revista Culinária	80	R\$ 174,00
Ana Maria	80	R\$ 174,00
Revistas de Fofoca	180	R\$ 796,50
Caras	90	R\$ 398,25
Contigo	90	R\$ 398,25
Revista Infantil	80	R\$ 537,00
Recreio	80	R\$ 537,00
Revistas Informativas	180	R\$ 958,50
Isto é	90	R\$ 465,75
Veja	90	R\$ 492,75
Revistas Masculinas	240	R\$ 1.892,25
Playboy	140	R\$ 1.149,75
Sexy	100	R\$ 742,50
Custos Fixas		R\$ 410,50
Água		R\$ 10,50
Energia Elétrica		R\$ 50,00
Telefone		R\$ 50,00
Salários		R\$ 300,00
Despesas Fixas		R\$ 20,00
Material de Expediente		R\$ 20,00
TOTAL		R\$ 430,50

ANEXO III – Quadro Estrutural de Custos

QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS			
Produção Inicial = 900			
Custos Variáveis	Quant	Valor (R\$)	
Revista Científica	140	R\$	884,63
Galileu	70	R\$	417,38
Exame	70	R\$	467,25
Revista de Culinária	80	R\$	174,00
Ana Maria	80	R\$	174,00
Revistas de Fofoca	180	R\$	796,50
Caras	90	R\$	398,25
Contigo	90	R\$	398,25
Revista Infantil	80	R\$	537,00
Recreio	80	R\$	537,00
Revistas Informativas	180	R\$	958,50
Isto é	90	R\$	465,75
Veja	90	R\$	492,75
Revistas Masculinas	240	R\$	1.892,25
Playboy	140	R\$	1.149,75
Sexy	100	R\$	742,50
TOTAL	900	R\$	5.242,88

ANEXO IV – Rateio

Rateio do Custo Fixo por Revistas Fornecida					
REVISTAS	EXAME GALILEU	ANA MARIA RECREIO	VEJA-CONTIGO ISTO É-CARAS	SEXY	PLAYBOY
Qtd Fornecida mês	70	80	90	100	140
Qtd Total Fornecida mês	900	900	900	900	900
(=)Qtd mês/Qtd Total mês	0,078	0,089	0,100	0,111	0,156
% por tipo de Revista	7,78	8,89	10	11,11	15,56
Custo Fixo Total	430,50	430,50	430,50	430,50	430,50
Custo Fixo por tipo de Revista	33,48	38,27	43,05	47,83	66,97
(/)Qtd Fornecida mês	70	80	90	100	140
Custo Fixo unt	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48

ANEXO V – Determinação do Preço de Venda

Determinação do Preço de Venda					
Revistas	Valor	Unid	Valor/Unid.	MargLuc/Unid	Marg.Lucro Total
Galileu	R\$ 556,50	70	R\$ 7,95	R\$ 1,99	R\$ 139,13
Exame	R\$ 623,00	70	R\$ 8,90	R\$ 2,23	R\$ 155,75
Ana Maria	R\$ 232,00	80	R\$ 2,90	R\$ 0,73	R\$ 58,00
Caras	R\$ 531,00	90	R\$ 5,90	R\$ 1,48	R\$ 132,75
Contigo	R\$ 531,00	90	R\$ 5,90	R\$ 1,48	R\$ 132,75
Recreio	R\$ 716,00	80	R\$ 8,95	R\$ 2,24	R\$ 179,00
Isto é	R\$ 621,00	90	R\$ 6,90	R\$ 1,73	R\$ 155,25
Veja	R\$ 657,00	90	R\$ 7,30	R\$ 1,83	R\$ 164,25
Playboy	R\$ 1.533,00	140	R\$ 10,95	R\$ 2,74	R\$ 383,25
Sexy	R\$ 990,00	100	R\$ 9,90	R\$ 2,48	R\$ 247,50
TOTAL	R\$ 6.990,50	900	R\$ 75,55	R\$ 18,89	R\$ 1.747,63

ANEXO VI – Margem de Contribuição

Margem de Contribuição					
	Preço Venda	(-)Custo Variáv.	(=)Marg.Contribuição	(-)Despesas Gerais	(=)Lucro
Galileu	R\$ 7,95	R\$ 5,96	R\$ 1,99	R\$ 0,48	R\$ 1,51
Exame	R\$ 8,90	R\$ 6,68	R\$ 2,23	R\$ 0,48	R\$ 1,75
Ana Maria	R\$ 2,90	R\$ 2,18	R\$ 0,73	R\$ 0,48	R\$ 0,25
Caras	R\$ 5,90	R\$ 4,43	R\$ 1,48	R\$ 0,48	R\$ 1,00
Contigo	R\$ 5,90	R\$ 4,43	R\$ 1,48	R\$ 0,48	R\$ 1,00
Recreio	R\$ 8,95	R\$ 6,71	R\$ 2,24	R\$ 0,48	R\$ 1,76
Isto é	R\$ 6,90	R\$ 5,18	R\$ 1,73	R\$ 0,48	R\$ 1,25
Veja	R\$ 7,30	R\$ 5,48	R\$ 1,83	R\$ 0,48	R\$ 1,35
Playboy	R\$ 10,95	R\$ 8,21	R\$ 2,74	R\$ 0,48	R\$ 2,26
Sexy	R\$ 9,90	R\$ 7,43	R\$ 2,48	R\$ 0,48	R\$ 2,00
Margem de Contribuição em %					
	Preço Venda	(-)Custo Variáv.	(=)Marg.Contribuição	(-)Despesas Gerais	(=)Lucro
Galileu	100	75	25	6,02	18,98
Exame	100	75	25	5,37	19,63
Ana Maria	100	75	25	16,49	8,51
Caras	100	75	25	8,11	16,89
Contigo	100	75	25	8,11	16,89
Recreio	100	75	25	5,34	19,66
Isto é	100	75	25	6,93	18,07
Veja	100	75	25	6,55	18,45
Playboy	100	75	25	4,37	20,63
Sexy	100	75	25	4,83	20,17

ANEXO VII – Fluxo de Caixa

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 anos	
IGPM / 2005	12%
Crescimento de 18% ao ano	18%

	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Caixa Inicial					
RECEBIMENTOS					
Faturamento	83.886,00	98.985,48	116.802,87	137.827,38	162.636,31
Receitas à vista					
PAGAMENTOS					
Custos/Desp.Var.	68.414,50	76.624,24	85.819,15	96.117,45	107.651,54
Galileu					
Exame					
Ana Maria					
Caras					
Contigo					
Recreio					
Isto é					
Veja					
Playboy					
Sexy					
Total de Revistas					
Impostos Variáveis					
Contas a Pagar					
Custos Fixos	5.166,00	5.785,92	6.480,23	7.257,86	8.128,80
Água					
Enérgia Elétrica					
Telefone					
Salários					
Mat.de Expediente					
Custo Total	73.580,50	82.410,16	92.299,38	103.375,30	115.780,34
SALDO DE CAIXA	10.305,50	16.575,32	24.503,49	34.452,08	46.855,97

ANEXO VIII – VPL

Valor Presente Líquido							
Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	22.400,00			-22.400,00			
1		83.886,00	73.580,50	10.305,50	46%	2,17	782
2		98.985,48	82.410,16	16.575,32	74%	1,35	487
3		116.802,87	92.299,38	24.503,49	109%	0,91	329
4		137.827,38	103.375,30	34.452,08	154%	0,65	234
5		162.636,31	115.780,34	46.855,97	209%	0,48	172

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

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo de Caixa Anual}}$$

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

VPL = Valor Presente Líquido

Fn = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

$$\text{VPL} = \mathbf{R\$ 43.561,33}$$

$$\text{TIR} = \mathbf{75\%}$$