



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

KARINA HELENA DE ASSIS RABELO

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA NA IMPLANTAÇÃO DE
UMA MICROEMPRESA NO COMÉRCIO DE PEIXES E MARISCOS
CONGELADOS, LOCALIZADA NO MUNICÍPIO DE MÃE DO RIO, SOB A ÓTICA
DO PLANO DE NEGÓCIO - O CASO DA “*CRISMAR PEIXES & MARICOS*”**

**Belém - Pará
Fevereiro - 2007**

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

KARINA HELENA DE ASSIS RABELO

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA NA IMPLANTAÇÃO DE
UMA MICROEMPRESA NO COMÉRCIO DE PEIXES E MARISCOS
CONGELADOS, LOCALIZADA NO MUNICÍPIO DE MÃE DO RIO, SOB A ÓTICA
DO PLANO DE NEGÓCIO - O CASO DA “*CRISMAR PEIXES & MARICOS*”**

**Trabalho de conclusão da disciplina Administração
Financeira e Orçamento Empresarial para obtenção do
conceito final.**

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

**Belém - Pará
Fevereiro - 2007**

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

KARINA HELENA DE ASSIS RABELO

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA NA IMPLANTAÇÃO DE
UMA MICROEMPRESA NO COMÉRCIO DE PEIXES E MARISCOS
CONGELADOS, LOCALIZADA NO MUNICÍPIO DE MÃE DO RIO, SOB A ÓTICA
DO PLANO DE NEGÓCIO - O CASO DA “*CRISMAR PEIXES & MARICOS*”**

**Trabalho de conclusão da disciplina Administração
Financeira e Orçamento Empresarial para obtenção do
conceito final.**

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

AVALIADO EM ____/____/____

CONCEITO _____

ORIENTADOR _____

HÉBER LAVOR MOREIRA

**Belém - Pará
Fevereiro - 2007**

RESUMO

O presente estudo busca dar enfoque para a importância do, Plano de Negócios, que é uma ferramenta essencial para a análise da viabilidade econômico-financeira de qualquer empreendimento.

No mercado atual a falta de emprego é uma das grandes causas no surgimento de empreendimentos. As pessoas levadas pelo imediatismo e incentivadas pelo sonho da independência financeira acabam não fazendo a etapa do planejamento, o que leva a “morte” das micro e pequenas empresas nos primeiros anos de vida.

É através da elaboração de um plano de negócios, que verificaremos se o empreendimento é viável ou não, pois ele nos permite verificar a correta avaliação da viabilidade econômico-financeira do empreendimento

Neste aspecto, este trabalho fará o estudo da implantação de uma micro-empresa - o caso da **“CRISMAR PEIXES & MARISCOS”**, localizada no município de Mãe do Rio.

Palavras - Chave: Empreendedor, Empreendedorismo, Planejamento, Planejamento Estratégico, Plano de Negócios, Viabilidade econômico-financeira.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	6
CAPÍTULO I	7
1.1 - Título do Estudo	7
1.2 - Objetivos do Estudo.....	7
1.2.1 - A Importância do Estudo.....	7
1.2.2 - O Que o Discente se Propõe a Alcançar em seu Estudo	7
1.2.3 - O Que o Estudo Deverá Alcançar em Termos de Contribuições Técnicas e/ ou Científicas	7
1.2.4 - A Delimitação do Estudo.....	7
1.2.5 - A Organização do Estudo.....	7
1.3 - Justificativa.....	8
1.4 - Bibliografia.....	8
CAPÍTULO II	9
2.1 - O Que é Ser Empreendedor?	9
2.2 - Características do Pensamento Empreendedor.....	9
2.3 - Conceituando Empreendedorismo.....	9
CAPÍTULO III.....	10
3.1 - O Planejamento.....	10
3.2 - O Planejamento Estratégico.....	11
3.2.1 - Conceito.....	11
3.2.2 - Pontos Importantes do Planejamento Estratégico	11
CAPÍTULO IV.....	12
4.1 - Plano de Negócio.....	12
4.1.1 - Conceito.....	12
4.1.2 - Funções do Plano de Negócio	12
4.1.3 - Fatores Analisados no Plano de Negócio	12
CAPÍTULO V.....	15
5.1 - Plano de Negócio - O caso da CRISMAR PEIXES & MARISCOS.....	15
5.1.1 - Capa.....	15
5.1.2 - Sumário Executivo	16
5.1.3 - Apresentação do Negócio.....	17
5.1.3.1 - Empresa e seu Ramo de Atividade.....	17
5.1.3.2 - Produtos.....	17
5.1.3.3 - Concorrência: Forças e Fraquezas.....	17
5.1.3.4 - Plano de Marketing.....	17
5.1.4 - Plano Financeiro.....	18
• Lista de Necessidade.....	18
• Despesas Pré-Operacionais.....	18
• Despesas Fixas.....	19
• Estoque Inicial	19
• Investimento Inicial	20
• Balanço Patrimonial.....	20
• Quadro Estrutural de Custos	21
1. Custos Fixos.....	21
2. Custos Variáveis	22
• Folha do Produto.....	23
• Preço de Venda	23

• Margem de Contribuição	24
• Ponto de Equilíbrio	25
• Demonstração do Resultado do Exercício	26
• Fluxo de Caixa	26
• Estudo dos Indicadores de Avaliação do Negócio.....	28
CONCLUSÃO	31
BIBLIOGRAFIA	32

INTRODUÇÃO

Recentes pesquisas realizadas pelo Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE, comprovaram que sete em cada dez micro-empresas e empresas de pequeno porte brasileiras encerram suas atividades antes dos cinco anos de vida, e o principal motivo a levá-las a isto é a falta de planejamento por parte de seus empreendedores, os quais não dão a devida importância merecida ao tal.

Nas micro-empresas e empresas de pequeno porte, o planejamento, é a etapa do processo de gestão mais ausente. A maioria dessas micro-empresas e empresas de pequeno porte, até inconscientemente praticam as etapas de execução e até de controle de alguns de seus objetivos, como vender, obter lucro, manter continuidade, etc., que o empreendedor acaba definindo erroneamente como uma espécie de "planejamento", pois, para ele o importante é se a empresa está tendo lucro hoje.

O presente trabalho tem o propósito de levantar informações de um empreendimento a ser implantado no município de Mãe do Rio, através da elaboração de um plano de negócio, que nada mais é do que uma fase do planejamento; onde evidencia a viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

CAPÍTULO I

1.1 - Título do Estudo

ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICO - FINANCEIRA NA IMPLANTAÇÃO DE UMA MICROEMPRESA NO RAMO DE COMÉRCIO DE PEIXES E MARISCOS, LOCALIZADA NO MUNICÍPIO DE MÃE DO RIO, SOB A ÓPTICA DO PLANO DE NEGÓCIO - O CASO DA “*CRISMAR PEIXES & MARISCOS*”

1.2 - Objetivos do Estudo

1.2.1 - A Importância do Estudo

Conforme dados estatísticos do SEBRAE, 71% das micro e pequenas empresas que abrem no país não duram mais de anos, isto prova que os negócios são criados sem um adequado planejamento. É nesse aspecto que se destaca a importância desse estudo, pois através dele vamos analisar a melhor maneira de colocar em prática um empreendimento e contribuir com informações relevantes para que o empreendimento tenha sucesso.

1.2.2 - O Que o Discente se Propõe a Alcançar em seu Estudo

Destacar a importância do estudo da viabilidade econômica - financeira sob o enfoque do Plano de Negócio como instrumento medidor e facilitador do sucesso do empreendimento, bem como proceder à aplicação prática.

1.2.3 - O Que o Estudo Deverá Alcançar em Termos de Contribuições Técnicas e/ou Científicas

Evidenciar a importância da análise econômico-financeira, através da utilização do Plano de Negócio que é uma ferramenta de alto valor para verificar se o desempenho do empreendimento tem conseguido corresponder ao que a administração se propôs no planejamento.

1.2.4 - A Delimitação do Estudo

Este estudo será conduzido levando - se em conta o aspecto contábil: a viabilidade econômico-financeira de um pequeno negócio sob o enfoque do Plano de Negócio; A comercialização de peixes e mariscos congelados, localizada no município de Mãe do Rio

1.2.5 - A Organização do Estudo

Este estudo está assim estruturado:

Krabelo1@yahoo.com.br

- Capa
- Folha de Rosto
- Termo de Conceituação
- Resumo
- Índice
- Introdução
- Conteúdo Contextual
- Conclusão
- Bibliografia

1.3 - Justificativa

A explicação maior para o desenvolvimento deste estudo foi a oportunidade percebida, pelo futuro empreendedor, após uma visita ao município de Mãe do Rio.

1.4 - Bibliografia

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

Como Entender o Mundo dos Negócios. Vol.1. Edição Sebrae 1994

Como Planejar sua Empresa. Vol.2. Edição Sebrae 1994

Como Abrir e Administrar sua Empresa. Vol.3. Edição Sebrae 1994

DIAS, Antônia Maria de Souza. Estudo da viabilidade econômico - financeira de uma microempresa na região metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio. 2004. 91fls. Monografia. UFPA. Belém 2004

Sites consultados:

www.sebrae.com.br

www.geranegocios.com.br

CAPÍTULO II

2.1 - O Que é Ser Empreendedor?

São todas as pessoas inovadoras, e que estão atentas às mudanças e sabem aproveitá-las, transformando-as em oportunidade de negócio.

Ser empreendedor é ser motivado pela auto-realização e pelo desejo de assumir responsabilidade e independência. Embora busque ter satisfação financeira, considera irresistível assumir novos desafios, estando sempre propondo novas idéias, que são seguidas pela ação.

2.2 - Características do Pensamento Empreendedor

São características do pensamento empreendedor:

- Busca de oportunidade e iniciativa.
- Correr riscos calculados.
- Exigência de qualidade e eficiência.
- Persistência, independência e autoconfiança.
- Busca de informações.
- Estabelecimento de metas e planejamento.

2.3 - Conceituando Empreendedorismo

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

CAPÍTULO III

3.1 - O Planejamento

O planejamento é a tentativa de prever as ocorrências futuras e estar preparado para agir de forma a evitar surpresas desagradáveis no funcionamento e na gestão do empreendimento.

Planejamento é a mais básica de todas as funções gerenciais e a habilidade com que esta função está sendo desempenhada, determina o sucesso de todas as operações da empresa.

Ele pode ser definido como o processo de reflexão que precede a ação e é dirigido para a tomada de decisão agora com vistas no futuro. Embora qualquer empreendimento ofereça riscos, é possível prevenir-se contra eles através de algumas ferramentas operacionais que podem dirimir os riscos e auxiliar o empreendedor na tomada de decisões.

O Planejamento não está ligado a uma série de regras que devem ser seguidas para que após alguns dias se obtenha o planejado. Ele deve ser estruturado com base nas características da empresa que busca em última instância a excelência empresarial e a otimização do desempenho econômico.

Nesse aspecto, o processo de planejamento conduz a um conjunto de metas e planos que são adequados e viáveis dentro de um conjunto de circunstâncias previstas. Assim, o planejamento deve estar vinculado ao cenário onde a empresa atuará no futuro.

Segundo Mosimann e Fisch (1999, p. 114), o planejamento envolve os seguintes passos:

- a) projeção de cenários;*
- b) definição de objetivos a serem seguidos;*
- c) avaliação das ameaças e oportunidades ambientais;*
- d) detecção dos pontos fortes e fracos da empresa;*
- e) formulação e avaliação de planos alternativos; e*
- f) escolha e implementação do melhor plano alternativo."*

O planejamento sozinho não alcança os objetivos da empresa. Se o planejamento realizado não for executado, acompanhado, controlado e o mais importante, corrigido se necessário, de nada adiantará realizar o planejamento.

3.2 - O Planejamento Estratégico

3.2.1 - Conceito

Planejamento Estratégico é a identificação de fatores competitivos de mercado e potencial interno, para atingir metas e planos de ação que resultem em vantagem frente à concorrência, com base na análise sistemática do ambiente de atuação prevista para um determinado período. O planejamento auxilia pequenas e médias empresas a obter sucesso em situações de crescimento ou de reestruturação para superar crises. Entre outros pontos, ele auxilia as empresas a definir as estratégias de crescimento, de determinação do preço de venda de seus produtos e/ou serviços, de análise da rentabilidade do negócio, da elaboração de orçamentos e da administração do caixa.

Em suma, planejamento estratégico é escolher ou estabelecer a missão da organização, seu propósito e objetivos e depois determinar diretrizes, projetos, programas, procedimentos, métodos, sistemas, orçamentos, padrões e estratégias necessárias para atingi-los. Implica tomar decisões no presente, no sentido de escolher entre diferentes alternativas disponíveis e viáveis que afetarão o resultado de períodos futuros, o que, em última análise, configura-se no planejamento empresarial, desde que se constitua em um processo contínuo e integrado, isto é, não seja um ato isolado.

O planejamento estratégico não pode se transformar apenas na formalização de metas que sucedem ano após ano. Algo como "transcreva para o ano que vem tudo aquilo que este ano não conseguimos executar". Conceber a estratégia de uma empresa é bem mais que isso. É questionar se a finalidade da empresa deve continuar sendo a mesma, se o foco nos mercados onde atua deve ser alterado ou permanecer como está e, principalmente, o que ela deve fazer hoje para conseguir conquistar o que deseja no futuro.

3.2.2 - Pontos Importantes do Planejamento Estratégico

São pontos importantes do planejamento estratégico de um empreendimento:

→ **Objetivos:** são valores quantitativos ou qualitativos a serem mantidos ao longo do tempo;

→ **Metas:** são valores quantitativos ou qualitativos a serem atingidos num certo momento preestabelecido;

→ **Políticas:** são regras de decisão repetitivas com base na estratégia definida.

CAPÍTULO IV

4.1 - Plano de Negócio

4.1.1 - Conceito

O Plano de Negócio é uma parte do planejamento, uma de suas fases, sendo ele um documento usado para descrever um empreendimento é o modelo de negócio que sustenta a empresa.

Segundo Dornelas (2001, p, 98) “ elaborar um plano de negócios requer um processo de aprendizagem e de auto-conhecimento e permite ao empresário situar-se no seu ambiente de negócios.”

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

Devido ao alto índice de mortalidade das Micro e Pequenas Empresas (MPE's), o plano de negócios tem como principal objetivo orientar o empreendedor com relação às decisões estratégicas do negócio antes de iniciar o seu empreendimento.

Outro aspecto importante do plano de negócios e que ele possa ser um instrumento de análise permanente da situação do negócio, não só na fase da criação do empreendimento, como também nas fases de “decolagem” e de consolidação da empresa, portanto o Plano de Negócios não tem um caráter estático, mas sim dinâmico, acompanhando a evolução do ambiente externo do negócio e do próprio mercado em que se situa.

4.1.2 - Funções do Plano de Negócio

- Avaliar o empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional;
- Avaliar a evolução do empreendimento ao longo de sua implantação para cada um dos aspectos definidos, o empreendedor poderá comparar o previsto com o realizado;
- Facilitar, ao empreendedor, a obtenção de capital de terceiros quando o seu capital próprio não for suficiente para cobrir os investimentos iniciais.

4.1.3 - Fatores Analisados no Plano de Negócio

A análise da situação econômica é questão importante para a avaliação da oportunidade de negócio, mas outros fatores devem ser levados em consideração. Tais como:

Krabelo1@yahoo.com.br

- **Conhecer o ramo de atividade** - É preciso conhecer alguns dados elementares sobre o ramo em que pretende atuar, possibilidade de atuação dentro do segmento.
- **Conhecer o mercado consumidor** - O estudo do mercado consumidor é um dado importante para o empreendimento, pois abrange as informações necessárias à identificação dos prováveis compradores. O que vender?, qual o local adequado para a venda?, qual a demanda potencial para o produto?. Essas são algumas indagações que podem ter respostas mais adequada quando se conhece o mercado consumidor.
- **Conhecer o mercado fornecedor** - Para iniciar e manter qualquer atividade empresarial, a empresa depende de seus fornecedores. O conhecimento desse mercado vai refletir nos resultados pretendidos pela empresa.
- **Conhecer o mercado concorrente** - O mercado concorrente é composto pelas pessoas ou empresas que oferecem mercadorias/serviços iguais ou semelhantes aos que você pretende oferecer. Este mercado deve ser analisado criteriosamente, de maneira que sejam identificados: quem são meus concorrentes? Que mercadorias/serviços oferecem? Quais são as vendas efetuadas pelos concorrentes? Quais os pontos fortes e fracos da minha concorrência?
- **Definir mercadoria/serviço a serem vendidos** - É preciso conhecer detalhes do seu produto/serviço. Ofereça produtos/serviços que atendam as necessidades de seu mercado.
- **Analisar bem a localização de sua empresa** - Onde montar o meu negócio? A resposta certa a essa pergunta pode significar a diferença entre o sucesso ou o fracasso de um empreendimento. Tudo é importante para essa escolha e deve ser observado e registrado.
- **Conhecer marketing** - Marketing, como muitos pensam, não é só propaganda. Marketing é um conjunto de atividades desenvolvidas pela empresa, para que esta atenda desejos e necessidades de seus clientes. As atividades de marketing podem ser classificadas em áreas básicas, que são traduzidas nos quatro P's do marketing. São eles: Produto, Ponto de Venda, Promoção (Comunicação) e Preço.
- **Projeção do volume de produção, de venda ou de serviço** - É prudente que o empreendedor ou empresário considere: a necessidade e a procura do mercado consumidor; os tipos de mercadorias a serem colocados no mercado; a disponibilidade de pessoal; a disponibilidade de recursos financeiros; a disponibilidade de mercadorias, embalagens e outros materiais necessários.
- **Análise financeira** - É necessário fazer uma estimativa do resultado da empresa, a partir de dados projetados, bem como, uma projeção do capital necessário para começar o negócio,

pois terá que fazer investimento em local, equipamentos, materiais e despesas diversas, para instalação e funcionamento inicial da empresa.

CAPÍTULO V

5.1 - Plano de Negócio - O caso da *CRISMAR PEIXES & MARISCOS*

5.1.1 - Capa

A 3D, isometric-style logo for 'CRISMAR PEIXES & MARISCOS'. The text is rendered in a bold, sans-serif font with a gradient from orange to yellow. The letters are thick and have a slight shadow, giving them a three-dimensional appearance. The logo is tilted slightly upwards and to the right.

5.1.2 - Sumário Executivo

Nome da Empresa: ***CRISMAR PEIXES & MARISCOS***
Sócio Proprietário: ***CRISTINE MARINHO OLIVEIRA***
Negócio da empresa: ***Venda de peixes e mariscos congelados***
Setor: ***Comércio***
Ramo: ***Alimentício***

5.1.3 - Apresentação do Negócio

5.1.3.1 - Empresa e seu Ramo de Atividade

A empresa terá como razão social a denominação **CRISMAR PEIXES & MARISCOS**, a loja de marisco terá como finalidade atuar no ramo de vendas de marisco e filé de peixe congelado, visando atender basicamente a população do município de Mãe do Rio.

A empresa buscará oferecer diferencial competitivos que possibilitem tanto a conquista como a fidelização de seus clientes, preenchendo as lacunas deixadas pelos concorrentes que atendem o mesmo público alvo.

5.1.3.2 - Produtos

A empresa se propõe a comercializar mariscos e filé de peixe congelado, o objetivo de seu atendimento é na verdade levar seus produtos diretamente o consumidor final; que nesse caso é a população de um modo geral, não havendo restrições quanto à questão geográfica e sócio-econômica.

Veja a seguir o quadro de produtos da empresa **CRISMAR PEIXES & MARISCOS**:

<p style="text-align: center;">CAMARÃO ROSA CAMARÃO REGIONAL FILÉ DE DOURADA FILÉ DE PESCADA FILÉ DE GÓ MASSA DE CARANGUEJO MEXILHÃO</p>

5.1.3.3 - Concorrência: Forças e Fraquezas

Dentro da área geográfica em que a empresa pretende trabalhar, há dois concorrentes diretos, porém os dois ainda não estão consolidados no mercado e não oferecem um mix variado de produtos a preços competitivos.

5.1.3.4 - Plano de Marketing

Nossa proposta é a de trabalhar ações de marketing para marcar presença no mercado, através de promoções de preços, propaganda e divulgação. Nos primeiros dois meses a divulgação será através de panfletos entregues de porta em porta e “rádio-poste”. Outro ponto a ser explorado é o atendimento das necessidades dos clientes através do serviço de televendas, evitando a necessidade de seu deslocamento para aquisição de mercadorias, aliada à comodidade e facilidade de entrega direta.

Krabelo1@yahoo.com.br

5.1.4 - Plano Financeiro

O Plano Financeiro deve refletir em número tudo o que foi escrito até então nas outras seções do plano. Significa a análise em termo de número de toda a movimentação do empreendimento, ou seja, é a qualificação dos gastos, custos e despesas incorridas na execução do negócio. É um documento pelo qual o empreendedor formalizará os estudos a respeito de suas idéias, transformando-as num negócio.

- **Lista de Necessidade**

Para implantação do projeto em estudo levantou-se uma lista de necessidade que compreende o montante de recursos necessários para a implantação de toda a infra-estrutura física. Diz respeito ao capital que é preciso investir em alguns recursos que possibilitarão operar o negócio.

LISTA DE NECESSIDADES

Nº	Itens	Quant	VI Unit	VI Total
1	Freezer	2	1.129,00	2.258,00
2	Mesa	1	125,00	125,00
3	Cadeira	4	40,00	160,00
4	Impressora	1	200,00	200,00
5	Filtro d'água	1	347,00	347,00
6	Estabilizador	1	50,00	50,00
7	Telefone	1	60,00	60,00
8	Bicicleta	1	140,00	140,00
9	Armário	1	250,00	250,00
10	Aquisição de Mercadorias	770 Kg		3.200,00
TOTAL				6.790,00

- **Despesas Pré-Operacionais**

São despesas registradas (pagas ou incorridas) durante o período que antecede o início das operações da empresa, necessárias à sua organização e implantação.

DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS

Nº	Descrição	Valor
1	Reconhecimento de assinaturas, autenticações e cópias	50,00
2	Arquivamento dos atos constitutivos	100,00
3	Aluguel de um Imóvel	200,00
4	Honorário do contador pelo serviço de legalização	450,00
5	Melhorias/Reforma	200,00
TOTAL		1.000,00

- **Despesas Fixas**

São aquelas cujo total não variam proporcionalmente ao volume produzido/vendido, ou seja, existem despesas a serem pagas independentes da quantidade produzida ou do valor de vendas.

DESPESAS FIXAS

Nº	Descrição	Valor
1	Material de expediente	80,00
2	Material de limpeza	20,00
TOTAL		100,00

- **Estoque Inicial**

A formação do estoque inicial é um dos momentos mais cruciais para quem estar iniciando um empreendimento, é quando o empreendedor vai testar na prática o que projetou através de seus estudos preliminares.

ESTOQUE INICIAL

Nº	Produto	Unid.	Quant.	Valor Unitário	Valor Total
1	Camarão Rosa	Kg	40	R\$ 14,00	R\$ 560,00
2	Camarão Regional	Kg	60	R\$ 9,00	R\$ 540,00
3	Filé de Dourada	Kg	100	R\$ 4,00	R\$ 400,00
4	Filé de Pescada	Kg	150	R\$ 3,00	R\$ 450,00
5	Filé de Gó	Kg	300	R\$ 2,50	R\$ 750,00
6	Massa de Caranguejo	Kg	70	R\$ 5,00	R\$ 350,00
7	Mexilhão	Kg	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
			770		R\$3.200,00

- **Investimento Inicial**

O investimento inicial não se limita apenas à estrutura física do projeto, mas também ao capital de giro necessário para o início da operacionalização da empresa. Deste modo, foram levantados dados a respeito dos itens necessários para o início do empreendimento em estudo.

INVESTIMENTO

INVESTIMENTO INICIAL	10.000,00
DESPESAS INICIAIS	
INSTALAÇÕES/LEGALIZAÇÃO	1.000,00
Reconhecimento de assinaturas, autenticações e cópias	50,00
Arquivamento dos atos constitutivos	100,00
Aluguel de um imóvel para funcionar a loja de marisco	200,00
Honorário do contador pelo serviço de legalização	450,00
Melhorias/Reformas	200,00
EQUIPAMENTOS	6.790,00
Freezer	2.258,00
Mesa	125,00
Cadeira	160,00
Impressora	200,00
Filtro d'água	347,00
Estabilizador	50,00
Telefone	60,00
Bicicleta	140,00
Armário	250,00
Aquisição de Mercadorias	3.200,00
DISPONÍVEL P/INÍCIO	2.210,00

- **Balanco Patrimonial**

É uma demonstração contábil que retrata a posição financeira do patrimônio da organização em um determinado momento, normalmente acontece no final do exercício social. No caso da empresa em estudo será apresentado o Balanço Patrimonial de Abertura.

Este demonstrativo foi projetado a partir do investimento inicial e dados fornecidos da empresa em análise, como pode - se perceber todo estoque inicial e equipamentos foram adquiridos de forma à vista, ou seja, com capital próprio.

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	5.410,00		
Disponível	2.210,00		
Caixa	2.210,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	10.000,00
Estoque	3.200,00	Capital Social	10.000,00
PERMANENTE	4.590,00		
Imobilizado	3.590,00	-	
Freezer	2.258,00		
Mesa	125,00		
Cadeira	160,00		
Impressora	200,00		
Filtro d'água	347,00		
Estabilizador	50,00		
Telefone	60,00		
Bicicleta	140,00		
Armário	250,00		
<u>Diferido</u>	1.000,00		
(-)Despesas Pré-Operacionais	1.000,00		
TOTAL DO ATIVO	R\$ 10.000,00	TOTAL DO PASSIVO	10.000,00

- **Quadro Estrutural de Custos**

A empresa *CRISMAR PEIXES & MARISCOS* trabalha basicamente com 07 (sete) tipos de produto e inicia seus negócios com um estoque inicial de 770 kg de peixes e mariscos que conforme levantamento realizado no mercado dará para ser comercializado por 02 (dois) meses.

1. Custos Fixos

Custos Fixos são aqueles que independentes do ramo de atuação da empresa, não sofrem variação em função de seu faturamento ou produção. Quanto maior o volume de faturamento/vendas, menores proporcionalmente serão esses custos fixos. São os custos que fazem parte da estrutura da empresa.

CUSTOS FIXOS

Descrição	Quant.	Valor Unit.	Valor Total
Água			15,00
Aluguel			200,00
Depreciação			30,00
Energia			100,00
Salários	2	380,00	760,00
Propaganda			60,00
Telefone			50,00
TOTAL			1.215,00

2. Custos Variáveis

Os Custos Variáveis são os custos que tem seu valor determinado em função de oscilações na atividade da empresa, considerando o volume de atividade numa unidade de tempo, ou seja, variam em proporção direta com o volume da atividade. Os custos variáveis, portanto levam em consideração uma unidade de tempo, o valor total dos custos com um item nessa unidade de tempo e o volume de atividade.

CUSTOS VARIÁVEIS

Descrição	Unid.	Quant.	Custo Variável Unit.	Custo Variável Total
Compra de Mercadoria				
Camarão Rosa	Kg	40	14,00	560,00
Camarão Regional	Kg	60	9,00	540,00
Filé de Dourada	Kg	100	4,00	400,00
Filé de Pescada	Kg	150	3,00	450,00
Filé de Gó	Kg	300	2,50	750,00
Massa de Caranguejo	Kg	70	5,00	350,00
Mexilhão	Kg	50	3,00	150,00
Transporte	-	-	-	280,00
TOTAL				R\$ 3.480,00

- **Folha do Produto**

Na folha do produto pode ser verificado o rateio do custo fixo por unidade de cada produto. Os custos fixos estão rateados proporcionalmente ao preço de compra dos produtos. O valor do custo total de cada produto compreende a soma dos custos fixos e dos custos variáveis por unidade.

FOLHA DO PRODUTO

Nº	Produto	Unid.	Quant.	Custo Variável	Custo Fixo	Custo Total = CV + CF
1	Camarão Rosa	Kg	40	14,00	4,89	18,89
2	Camarão Regional	Kg	60	9,00	3,14	12,14
3	Filé de Dourada	Kg	100	4,00	1,05	5,05
4	Filé de Pescada	Kg	150	3,00	1,05	4,05
5	Filé de Gó	Kg	300	2,50	0,87	3,37
6	Massa de Caranguejo	Kg	70	5,00	1,75	R\$ 6,75
7	Mexilhão	Kg	50	3,00	1,05	4,05

- **Preço de Venda**

Entende - se como preço de venda o valor monetário que a empresa cobra de seus clientes em uma transação comercial. Este valor deverá ser suficiente para que a empresa cubra todos os gastos que foram necessários para colocar a mercadoria à disposição do mercado.

No caso da empresa em estudo, para formação do preço de venda, dos produtos comercializados foi considerado o método de custeio direto ou variável, caracterizado pelo objeto a ser custeado e receber os custos variáveis(custo do produto) e os custos fixos são tratados como despesa(custo do período). O valor do preço de venda para cada produto comercializado pela empresa está diretamente proporcional aos custos totais apurados a aos respectivos preços de aquisição.

$$PV = \frac{\text{CUSTO TOTAL}}{1 - (\text{IMPOSTOS} + \text{MARGEM DE LUCRO})}$$

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DO PRODUTO

Nº	Produto	Custo Total/Unid	Impostos	Margem de Lucro	Preço de Venda
1	Camarão Rosa	18,89	20%	20%	31,48
2	Camarão Regional	12,14	20%	30%	24,28
3	Filé de Dourada	5,05	20%	40%	12,62
4	Filé de Pescada	4,05	20%	40%	10,12
5	Filé de Gó	3,37	20%	40%	8,43
6	Massa de Caranguejo	6,75	20%	35%	14,99
7	Mexilhão	4,05	20%	40%	10,12

IMPOSTOS

SIMPLES	3%
ICMS	17%
TOTAL	20%

- **Margem de Contribuição**

Margem de Contribuição é a diferença entre o preço de venda e os custos e despesas variáveis de um produto; é a parcela da receita total que ultrapassa os custos e despesas variáveis e que contribuirá para cobrir as despesas fixas e, ainda, formar o lucro.

	Camarão Rosa	%	Camarão Regional	%
PREÇO DE VENDA	31,48	100	24,28	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	14,00	44,4728	9,00	37,06
= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	17,48	55,5272	15,28	62,94
(-) CUSTOS FIXOS	4,89	15,5272	3,14	12,94
= LUCRO BRUTO	12,59	40	12,14	50,00

	Filé de Dourada	%	Filé de Pescada	%	Filé de Gó	%
PREÇO DE VENDA	12,62	100	10,12	100	8,43	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	4,00	31,70	3,00	29,6486	2,50	29,6486

= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	8,62	68,30	7,12	70,3514	5,93	70,3514
(-) CUSTOS FIXOS	1,05	8,30	1,05	10,3514	0,87	10,3514
= LUCRO BRUTO	7,57	60,00	6,07	60	5,06	60

	Massa de Caranguejo	%	Mexilhão	%
PREÇO DE VENDA	14,99	100	10,12	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	5,00	33,35	3,00	29,6486
= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	9,99	66,65	7,12	70,3514
(-) CUSTOS FIXOS	1,75	11,65	1,05	10,3514
= LUCRO BRUTO	8,24	55,00	6,07	60

• Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio nasce da conjugação dos Custos Totais com as Receitas Totais, ou seja, a partir deste ponto cada Margem de Contribuição Unitária, que até aí contribuía para a cobertura dos custos e despesas fixas, passa a contribuir para a formação do Lucro. É o ponto no qual não há lucro e nem prejuízo, e pode ser definido tanto em unidade produzida/vendidas quanto em reais.

$$PE = \frac{\text{CUSTOS + DESPESAS FIXAS}}{\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNIT}}$$

CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO

	Camarão Rosa	Camarão Regional	Filé de Dourada	Filé de Pescada	Filé de Gó	Massa de Caranguejo	Mexilhão
Preço de venda/Unit	31,48	24,28	12,62	10,12	8,43	14,99	10,12
Custos + Despesas Variáveis/Unit	14,00	9,00	4,00	3,00	2,50	5,00	3,00
Custos + Despesas Fixas/Mês	211,61	204,05	151,15	170,04	283,41	132,26	56,68
Margem de Contribuição/Unit	17,48	15,28	8,62	7,12	5,93	9,99	7,12
Ponto de Equilíbrio/Unid	12,11	13,35	17,54	23,89	47,77	13,24	7,96
Ponto de Equilíbrio em R\$	381,09	324,20	221,30	241,71	402,84	198,45	80,57
	Camarão Rosa	Camarão Regional	Filé de Dourada	Filé de Pescada	Filé de Gó	Massa de Caranguejo	Mexilhão
Preço de Venda	381,09	324,20	221,30	241,71	402,84	198,45	80,57
Custo Variável	169,48	120,15	70,15	71,66	119,44	66,19	23,89
Custo Fixo	211,61	204,05	151,15	170,04	283,41	132,26	56,68

Custo Total	381,09	324,20	221,30	241,71	402,84	198,45	80,57
Lucro	0	0	0	0	0	0	0

- **Demonstração do Resultado do Exercício**

Para (SILVA, 2001) a Demonstração do Resultado do Exercício como o próprio nome sugere, demonstra o resultado obtido pela empresa em determinado período, isto é, o lucro ou prejuízo, podendo ser entendido como o resumo ordenado das receitas e das despesas da empresa. É elaborada subtraindo - se os custos e despesas da receita, além de impostos, abatimentos e devoluções concedidas; tendo como resultado o lucro ou prejuízo do período analisado.

	MÊS	ANO
Receita Bruta de Venda	4.790,39	57.484,73
(-)Deduções	958,08	11.496,95
ICMS 17%	814,37	
SIMPLES 3%	143,71	
=Receita Operacional Líquida de Venda	3.832,32	45.987,78
(-)Custos Operacionais	1.600,00	19.200,00
Custo dos Produtos Vendidos	1.600,00	19.200,00
= Lucro Operacional Bruto	2.232,32	26.787,78
(-)Despesas Operacionais	100,00	1.200,00
Material de Expediente	80,00	960,00
Material de Limpeza	20,00	240,00
=Lucro Líquido do Exercício	2.132,32	25.587,78

- **Fluxo de Caixa**

O fluxo de caixa é o instrumento que permite demonstrar as operações financeiras que são realizadas pela empresa, o que possibilita melhores análises e decisões quanto à aplicação dos recursos financeiros que a empresa dispõe.

O fluxo de caixa resulta do processo de planejamento empresarial podendo ser projetado para diversos períodos (dia, semana, mês, etc.) onde os valores incluídos são determinados por uma previsão inicial baseada nos objetivos da empresa.

No caso da empresa em estudo considerou - se uma projeção do Fluxo de Caixa um crescimento de 10% ao ano no volume de vendas e também, o IGPM - Índice Geral de Preço de 3,5164% acumulado no ano de 2006, para corrigir os custos fixos a cada ano.

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 12 MESES

Projeção de
Venda de
Produtos

	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Produtos	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg	385 Kg
Receita de Venda	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39

	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Caixa Inicial	-	(962,68)	(1.925,37)	591,95	3.109,26	2.146,58	1.183,89	3.701,21	6.218,52	5.255,84	4.293,15	6.810,47
RECEBIMENTOS												
Faturamento	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39
Receita à vista	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39	4.790,39
PAGAMENTOS												
Custos/Disp. Variáveis	4.438,08	4.438,08	958,08	958,08	4.438,08	4.438,08	958,08	958,08	4.438,08	4.438,08	958,08	958,08
Compra de Mercadoria	3.200,00	3.200,00			3.200,00	3.200,00			3.200,00	3.200,00		
Transporte	280,00	280,00			280,00	280,00			280,00	280,00		
Impostos	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08	958,08
Custos /Disp.Fixas	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00	1.315,00
Água	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Aluguel	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Depreciação	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Energia	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Salários	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00
Propaganda	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Telefone	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Material de expediente	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Material de limpeza	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Custo Total	5.753,08	5.753,08	2.273,08	2.273,08	5.753,08	5.753,08	2.273,08	2.273,08	5.753,08	5.753,08	2.273,08	2.273,08
SALDO DE CAIXA	(962,68)	(1.925,37)	591,95	3.109,26	2.146,58	1.183,89	3.701,21	6.218,52	5.255,84	4.293,15	6.810,47	9.327,78

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA OS PRÓXIMOS 5 ANOS

IGPM/2006

3,5164%

Crescimento de 10% ao ano

10%

ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
-------	-------	-------	-------	-------

Krabelo1@yahoo.com.br

	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Caixa Inicial					
RECEBIMENTOS					
Faturamento	57.484,73	63.233,20	69.556,52	76.512,17	84.163,39
Receita à vista	57.484,73	63.233,20	69.556,52	76.512,17	84.163,39
PAGAMENTOS					
Custos/Desp. Variáveis	32.376,95	33.515,45	34.693,99	35.913,96	37.176,84
Compra de Mercadoria	19.200,00	19.875,15	20.574,04	21.297,50	22.046,41
Transporte	1.680,00	1.739,08	1.800,23	1.863,53	1.929,06
Impostos	11.496,95	11.901,22	12.319,72	12.752,93	13.201,37
Custos /Desp.Fixas	16.740,00	17.328,65	17.937,99	18.568,76	19.221,71
Água	180,00	186,33	192,88	199,66	206,69
Aluguel	3.360,00	3.478,15	3.600,46	3.727,06	3.858,12
Depreciação	360,00	372,66	385,76	399,33	413,37
Energia	1.200,00	1.242,20	1.285,88	1.331,09	1.377,90
Salários	9.120,00	9.440,70	9.772,67	10.116,31	10.472,04
Propaganda	720,00	745,32	771,53	798,66	826,74
Telefone	600,00	621,10	642,94	665,55	688,95
Material de expediente	960,00	993,76	1.028,70	1.064,88	1.102,32
Material de limpeza	240,00	248,44	257,18	266,22	275,58
Custo Total	49.116,95	50.844,09	52.631,98	54.482,73	56.398,56
SALDO DE CAIXA	8.367,78	12.389,11	16.924,54	22.029,45	27.764,83

- **Estudo dos Indicadores de Avaliação do Negócio**

Os métodos de análise de investimento se dividem em dois grupos: método prático e método analítico. Os primeiros não consideram o valor do dinheiro no tempo, ao contrário dos analíticos que se baseiam nisto, o que os torna consistente.

Existem dois métodos práticos de análise de investimento: Taxa de Retorno Contábil e Tempo de Retorno (Payback). Já os métodos analíticos empregados em análise de investimento são: o Valor Presente Líquido (VPL) e a Taxa Interna de Retorno (TIR).

- 1. Taxa de Retorno Contábil**

É a relação entre o fluxo de caixa anual esperado e o valor do investimento. Não leva em consideração o valor do dinheiro no tempo.

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

- 2. Tempo de Retorno (Payback)**

É a relação entre o valor do investimento e o fluxo de caixa do projeto. O tempo de retorno indica em quanto tempo ocorre a recuperação do investimento. Também não considera o valor do dinheiro no tempo.

$$\text{Taxa de Retorno (Payback)} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo de Caixa}}$$

Anos	Investimento	Entrada de Caixa	Saída de Caixa	Saldo de Caixa	Taxa de Retorno a.a	Payback em anos	Dias
0	10.000,00			-10.000,00			
1		57.484,73	49.116,95	8.367,78	84%	1,20	430
2		63.233,20	50.844,09	12.389,11	124%	0,81	291
3		69.556,52	52.631,98	16.924,54	169%	0,59	213
4		76.512,17	54.482,73	22.029,45	220%	0,45	163
5		84.163,39	56.398,56	27.764,83	278%	0,36	130

3. 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 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.

Vejamos que com base nos resultados apresentados, conclui-se que o projeto de implantação é viável, posto que apresenta VPL positivo.

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

$$\text{VPL} = \text{R\$ } 48.043,50$$

4. Taxa Interna de Retorno (TIR)

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.

O TIR de um investimento pode ser:

→ Maior do que a TMA (Taxa Mínima de Atratividade) - significa que o investimento é economicamente atrativo.

→ Igual a TMA: o investimento está economicamente em uma situação de indiferença.

→ Menor que a TMA: o investimento não é economicamente atrativo, pois o seu retorno é superado pelo retorno de um investimento sem risco.

No caso da CRISMAR PEIXES & MARISCO esta taxa encontra-se em torno de 114%, o que significa dizer que o investimento é considerado economicamente atrativo, pois ficou bem acima da Taxa Mínima de Atratividade.

TIR	=	114%
-----	---	------

CONCLUSÃO

A viabilidade econômico-financeira mostrada através de um plano de negócios revela a importância do planejamento para a implantação de um empreendimento.

Este estudo pode mostrar que para se iniciar um empreendimento é necessário que o empreendedor tenha alguns conhecimentos como: fazer um planejamento identificando o ramo de atividade onde vai atuar, conhecer seus concorrentes, seus fornecedores, o mercado consumidor, fazer o plano financeiro, etc.

Vimos que no processo de implantação de uma micro-empresa, planejar é fundamental. Estabelecer objetivos, princípios, prever, atingir metas. Isto tudo norteará o processo de gestão da empresa. Só com esses planos traçados, os futuros empreendedores saberão qual a melhor decisão a tomar.

BIBLIOGRAFIA

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

Como Entender o Mundo dos Negócios. Vol.1. Edição Sebrae 1994

Como Planejar sua Empresa. Vol.2. Edição Sebrae 1994

Como Abrir e Administrar sua Empresa. Vol.3. Edição Sebrae 1994

DIAS, Antônia Maria de Souza. Estudo da viabilidade econômico - financeira de uma microempresa na região metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio. 2004. 91 fls. Monografia. UFPA. Belém 2004

MOSINANN, Clara Pellegrinello; FISH, Sílvio. *CONTROLADORIA, Seu papel na administração de empresas.* 2ª edição. São Paulo, Ed. Atlas, 1999.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. São Paulo: ed. Atlas, 1996

GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. São Paulo: ed. Pearson, 2004

Sites consultados:

www.sebrae.com.br

www.geranegocios.com.br