

Universidade Federal do Pará - UFPA  
Karina Rocha Rodrigues  
E-mail: karinarocharodrigues@hotmail.com  
Matricula: 0401000601  
Centro Sócio Econômico  
Ano/ Semestre: 8º Sem/ 2007  
Turma: 010

## Administração financeira – Plano de negócios da empresa Multi-Fotos Designer

Planejamento empresarial para a conclusão da disciplina Administração Financeira, como requisito para obtenção de nota avaliativa do 8º semestre, do curso de Bacharelado em Ciências Contábeis. Orientado por: Prof. Héber Lavor Moreira.

Belém  
2007

**Multi-Foto Designer**  
**Rua Pedro Miranda,7896**  
**Próxima a feira da Pedreira- Belém- PA**  
**(091) 3xxx-xxxx**  
**[www. Multifotodesigner.com.br](http://www.Multifotodesigner.com.br)**  
**[multifoto@multifodesigner.com.br](mailto:multifoto@multifodesigner.com.br)**

**A imagem em suas mãos**

## ÍNDICE

<b>SUMARIO EXECUTIVO</b> .....	<b>5</b>
A EMPRESA .....	5
ÁREA DE ATUAÇÃO.....	5
RAMO DE ATIVIDADE .....	5
JUSTIFICATIVA .....	6
MISSÃO DA EMPRESA .....	6
VALORES .....	6
QUALIDADE.....	6
<b>ANALISE DA INDÚSTRIA</b> .....	<b>6</b>
POTENCIALIDADES DA EMPRESA .....	6
ANALISE SWOT .....	7
PUBLICO ALVO .....	9
ANSEIOS DOS CLIENTES.....	10
A CONCORRÊNCIA.....	10
DIFERENCIAL COMPETITIVO .....	11
SERVIÇOS .....	11
Tipos de trabalho.....	11
Tipos de entrega da produção .....	12
<b>PLANO DE MARKETING</b> .....	<b>13</b>
ESTRATÉGIA DE VENDA.....	13
Preço .....	13
Promoções.....	13
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DO PRODUTO .....	13
PROPAGANDA .....	13
<b>PLANO OPERACIONAL</b> .....	<b>14</b>
NECESSIDADES .....	14
LOCALIZAÇÃO E INFRA-ESTRUTURA.....	15
O SÍTIO DA EMPRESA .....	15
NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO.....	15
OS INVESTIMENTOS .....	16
GASTOS PRÉ-OPERACIONAIS .....	16
<b>PLANO FINANCEIRO</b> .....	<b>17</b>
BALANÇO DE ABERTURA .....	17
FOLHAS DE CUSTO .....	17
PREÇO DOS SERVIÇOS .....	19
PONTO DE EQUILÍBRIO .....	20
FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO .....	20
VALOR DO INVESTIMENTO NO TEMPO.....	21
Período Pay Back – Time of Return on Investment .....	21
VPL – Value Present Liquid.....	21
TIR – Internal Tax of Return .....	21
INDICADORES FINANCEIROS.....	22
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>29</b>
<b>ANEXO A – LISTA DE NECESSIDADE</b> .....	<b>31</b>
<b>ANEXO B – BALANÇO PATRIMÔNIAL</b> .....	<b>34</b>
<b>ANEXO D – FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO POR PRODUTO</b> .....	<b>38</b>

<b>ANEXO E – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXO F – DRE E BALANÇO PROJETADO.....</b>	<b>43</b>

## SUMÁRIO EXECUTIVO

### A EMPRESA

*"Há 20 anos, fotografar era a garantia de uma boa renda. Hoje, é preciso ser polivalente. Não basta ser fotógrafo."*

Marcos Kim

Houve um tempo em que bastava ser razoavelmente bom no que se fazia pra ter sucesso, a fotografia é um bom exemplo disto. Há 20 anos, fotografar era a garantia de uma boa renda. Hoje, é preciso ser polivalente. Não basta ser fotógrafo. É preciso ser um “poli-fotógrafo”: ter noções de designer gráfico, de vendas, de pós-venda, de prestação de serviços, de informática, de promoções, de marketing entre inúmeras outras.

A câmera digital surgiu no final dos anos 80, pouca gente a viu, mas o conceito principal está aí até hoje: ver a foto logo. Simples e perfeito, como são as idéias geniais. Logo o mercado fotográfico sentiu o impacto da grande onda digital.

A **Multi-Foto Designer** atua justamente com o tratamento, digitalização da fotografia e suas variáveis -modificação e modelagem de imagens- oferecendo serviços de qualidade, personalizados e diferenciados, tanto para empresas, como para particulares. A empresa realiza suas atividades utilizando os equipamentos e programas mais modernos do mercado, assim como possui em sua equipe profissionais especializados em arte gráfica, garantindo qualidade na produção de imagens diferenciadas, atuais e com bom gosto, afinal é o cliente quem escolhe o que deve ser feito.

### ÁREA DE ATUAÇÃO

A empresa oferece seus serviços para todo o Brasil. Seus produtos podem ser solicitados na própria empresa, assim como por meio do sitio da empresa na Internet. As imagens são distribuídas na própria sede, enviadas pelo correio ou via e-mail facilitando atuação e a acessibilidade em todo país.

### RAMO DE ATIVIDADE

Multimídia, Fotografia Digital, Artes Gráficas.

## JUSTIFICATIVA

Com o advento da digitalização de imagens, surgiu a idéia de criar uma empresa que fornecesse a modificação de imagens digitalmente por meio softweres adequados para esse tipo de manipulação, dessa forma atendendo a demanda que se interesse em modificar suas fotos seja para correção ou para outras finalidades.

## MISSÃO DA EMPRESA

Buscar crescimento de valor para a empresa, a melhoria contínua da competitividade, de forma legal e sólida, no mercado de edição de imagens, através da alavancagem de vantagens competitivas e da obtenção de trabalhos diferenciados voltados à satisfação do cliente.

## VALORES

Comprometimento com a criação de valor agregado para o produto e para a empresa: estímulo à permanente melhoria da capacitação gerencial e de nossos colaboradores, do atendimento mercadológico, do aumento de competitividade, agilidade, simplificação, sofisticação e redução de custo dos processos, com foco no negócio e com inquestionável postura ética. Garantindo um trabalho final diferenciado e que supra as necessidades dos clientes.

## QUALIDADE

Buscar a melhoria contínua da qualidade de produtos e serviços, comprometendo-nos com o nível de satisfação dos clientes.

## ANALISE DA INDÚSTRIA

### POTENCIALIDADES DA EMPRESA

A empresa possui uma gama de pontos fortes no âmbito interno citados abaixo:

- A empresa conta com profissionais qualificados no que tange a manipulação digital;
- A empresa trabalha com Softweres atualizados e que permitem uma grande gama de possibilidades de confecções visuais;

- A área do cliente, um espaço onde o cliente pode escolher, criar e definir como será o seu produto final proporcionando sempre um contato com o cliente garantido a autenticidade e a personalização da imagem final, pode ser tanto na empresa, quanto por meio do sitio eletrônico;
- Facilidade de entrega usuário- empresa, empresa –usuário;
- Qualidade, rapidez e diversidade de trabalhos;
- Publico alvo abrangente;
- Atua em todo o país;
- Possui trabalho pautado na ética e na valorização do cliente;
- Trabalha sempre respaldado por um contrato de proteção a imagem, onde o usuário tem que autorizar a manipulação evitando danos à imagem de outrem;
- Possui um cadastro de clientes sempre atualizado facilitando o contato e a propaganda;

## ANALISE SWOT

### Analise Externa

Cenário	Oportunidades	Ameaças
Político – Legal		1- A empresa deve ter um bom contrato de prestação de serviços que evite processos de danos a imagem.
Tecnológico	1- Constante inovação de Softweres, equipamentos de edição e impressão de imagem, que agilizariam o processo produtivo, e diminuiriam custos. 2- Grande quantidade de pessoas que querem digitalizar fotos analógicas	1- As câmeras fotográficas produzem cada vês mais fotos de qualidade, e incluem em seu pacote Softweres de edição cada vez mais simplificados facilitando o uso.

Sócio-Cultural	1- Crescimento de sites de relacionamento e de divulgação de imagens 2- Grande interesse em guardar recordações fotográficas 3- Crescimento de produções fotográficas, convites, cartão de visitas...em meio digital ou se utilizando o mesmo. 4- Abrange todos os segmentos sociais	
Econômico	1- Pode ser adquirido per todas as classes econômicas.	1- Não é essencial
Empresarial	1- Viabilidade de trabalhar com inúmeros tipos de produções. 2- Segundo contato com concorrente de São Paulo, SP, (empresa Mago das Imagens), o produto é de baixo risco com boa procura, desde que se tenha um serviço qualificado, a um preço condizente.	1- Muitas empresas no ramo de fotografia. 2- Alguns empreendimentos com propostas similares.

### Análise Interna

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado amplo, com facilidade de acesso ao cliente.</li> <li>- Estratégia de marketing e preço bem definidas.</li> <li>- Ótima localização.</li> <li>- Trabalhos feitos de acordo com o gosto do cliente.</li> <li>- Proteção à imagem do consumidor.</li> <li>- Preços acessíveis.</li> <li>- Colaboradores qualificados e em constante aperfeiçoamento.</li> <li>- Trabalhos de alta qualidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O produto deve ser feito em grades quantidades para que seu custo seja mínimo portanto sendo sensível a demanda de produção.</li> <li>- Variações no tempo de produção.</li> <li>- Constante monitoramento dos pedidos feitos pela Internet.</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- O cliente pode fazer vários pacotes de produtos</li> <li>- Disponibilidade de serviços via Internet</li> </ul>	
---	--

## PUBLICO ALVO

O publico alvo são as pessoas físicas que querem modificar, restaurar ou modelar suas fotos pessoais, assim como empresas que queiram alterar imagens para utilização em campanhas de marketing por exemplo.

A empresa atua em todos os ramos sócias garantindo sempre qualidade e um trabalho diferenciado para cada consumidor.

### **Possíveis consumidores:**

- Pessoas físicas que querem trabalhar suas fotografias ou até mesmo restaurá-las, para uso próprio ou para presentear alguém deixado gravado um momento especial.
- Pessoas físicas que queiram fazer a divulgação de suas imagens para agencias de moda publicidade e propaganda, contratando os serviços da empresa para a o melhoramento dessas imagens.
- Empresas de publicidade e propaganda que queiram modificar fotos, fazer projetos visuais para suas campanhas, produção de cartão de visitas personalizados entre outros.
- Empresas de revelação fotográfica que queiram oferecer imagens melhoradas e modificadas aos seus clientes enviando assim as imagens a serem modificadas.
- Fotógrafos que queiram oferecer imagens diferenciadas aos seus clientes, além de books e álbuns de eventos, como formaturas e casamentos.
- Empresas que trabalham com eventos e que incluam em seu pacote fotografias.
- Famílias na produção de álbuns de comemoração de aniversários de 1 ano, 15 anos e bodas... além de convites personalizados.
- Empresas que queiram oferecer catálogos de produtos (imóveis, roupas, automóveis, buffets, etc.) mais elaborados.
- Artistas que queiram organizar e criar histórico dos trabalhos em DVD.
- Escolas que queiram DVD institucional, álbuns de formaturas e DVDs comemorativos.
- Fotógrafos

- Médicos e Dentistas que queiram fotos, slides de seus trabalhos
- Peritos (seguradoras, bancos, etc.) - documentação e arquivamento de fotos.
- Agência de modelos para montagem de books com fotos e vídeos.
- Estudantes, professores e executivos para montagem de aulas e apresentações.
- Políticos que queiram montar portfólios para campanha eleitoral.
- Fotógrafos, agências ou instituições que trabalham com grandes acervos de fotos, slides, documentos e vídeos - para documentação e arquivamento dos mesmos.

## ANSEIOS DOS CLIENTES

O cliente deseja a imagem multimídia. Como o mercado de câmaras e filmadoras está voltado á imagem digital substituindo a analógica, ao consumidor é imposta uma nova tecnologia que traz vários benefícios, dentre eles facilidades e novos recursos visuais.

Até mesmo na TV do dia-dia, está tornando-se uma tendência. Segundo pesquisa publicada na revista Veja, 10 milhões de dólares serão investidos para desenvolver e implantar no Brasil a TV digital até 2015.

O cliente também procura um trabalho diferenciado onde ele possa deixar a imagem final com suas características pessoais tornado o produto uma expressão individual.

Quais são as necessidades dos clientes?

- Digitalização e trabalhos “artísticos” nas fotografias
- Disponibilização em CD das mesmas.
- Recuperação, efeitos especiais, montagens em fotografias digitalizadas
- Trabalho com qualidade e a preço reduzido

## A CONCORRÊNCIA

A concorrência oferece serviços em fotografias realizadas por métodos tradicionais, muitos deles de forma antiquada, que com o uso de informática, disponibilizaria ao cliente mais recursos em menor tempo, e menor custo, possuem equipamentos para reprodução fotográfica (Kodak, Fuji) que tem alguns recursos neles próprios para montagens/ produções artísticas.

#### A concorrência:

- Indiretamente são os mesmos parceiros fotos-reveladores, pois alguns possuem além dos equipamentos mini-labs para revelação de filmes, os equipamentos digitalizadores Polaroid para correção em fotografias que convertem em negativos, e são novamente reveladas.
- Oferecem serviços de fotógrafos e filmagens de eventos, o que não forneceremos.
- Não disponibilizam as imagens em mídia.
- Poucos possuem alguma interação com a Internet.

#### DIFERENCIAL COMPETITIVO

O maior diferencial competitivo é está atento às oportunidades, que envolvem o nosso ramo empresarial como:

- O aumento de venda de microcomputadores com multimídia devido, a política de diminuição de taxas de juros para equipamentos do governo, assim como facilidades propostas por grandes fabricantes destes equipamentos. Além de adquirir sempre produtos mais sofisticados que facilitam e aumentam a produção.
- Manter sempre um cadastro atualizado de usuários, de forma a permitir que a empresa saiba as datas comemorativas de aniversários, datas de eventos importantes, épocas de maior procura, descrição dos projetos elaborados anteriormente, traçando um perfil do usuário.
- Informações sobre eventos que vão ocorrer na cidade, como bailes de debutantes, formaturas, casamentos...etc, merecem também atenção redobrada.

#### SERVIÇOS

##### **Tipos de trabalho**

1. Tratamento de Imagens I (restauração simples de fotos feitas por meio analógico ou impressas)
  - Tratamento da iluminação
  - Tratamento da Própria Imagem (Retirada de olhos vermelhos, de pequenas manchas)
2. Tratamento de Imagens II (Restauração mais elaborada)
  - Tratamento da Própria Imagem (Retirada de imperfeições na pele)
  - Revitalização da imagem

### 3. Personalização da Imagem

- Colocação de Efeitos Visuais
- Colocação de Molduras Digitais
- Dimensionamento e Montagens (fotos + foto)

### 4. Composição de Imagem modo Profissional (Restauração modo avançado)

- Cartazes (projeto)
- Folder (projeto)
- Montagens (foto + cenário + objetos + mudança de cor de objetos)
- Composição (montagem + texto+ logomarca)
- Colocação de Logomarca

### 5. Composição de Imagem modo Pessoal

- Álbum de Fotos Comentadas
- Montagens (foto + cenário + objetos + mudança de cor de objetos)
- Convites e Calendários
- Cartão de Visita

### 6. Material personalizado

- DVDs, personalizados (projeto para a capa)

## **Tipos de entrega da produção**

1. O cliente pode levar somente a foto modificada e digitalizada, desde que traga seu meio de gravação CD, DVD, Pendrive, ou forneça o seu E-mail.
2. Nós efetuamos gravação da foto em DVD.
3. O cliente pode levar o material impresso.
  - Cartão de Visita
  - Foto 10/15cm
  - Foto em A 4

## PLANO DE MARKETING

### ESTRATÉGIA DE VENDA

#### Preço

A estratégia de preço da **Multi-Foto Designer** é oferecer um preço competitivo, compatível com os demais praticados no mercado.

Outra estratégia de preço é que o mesmo aumenta de acordo com a complexidade da produção, mas de forma que não deixe o produto inacessível. Além de manter sempre um “preço popular” para os seus serviços.

#### Promoções

A empresa oferece promoções relacionadas à quantidade do produto, quanto maior a quantidade produzida a maior o desconto no valor total do pacote produzido.

As promoções também se relacionam ao marketing do produto, por meio de patrocínio e “marca d’água”, a produção total possui um preço menor, porém o cliente passa a ter que divulgar as imagens selecionadas.

### CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DO PRODUTO

Os canais de distribuição do produto adotados pela empresa são:

- Venda direta: o consumidor faz seu pedido na própria empresa
- A empresa possui uma loja virtual onde o cliente faz seus pedidos pela Internet.
- A empresa fornece o contato cliente produto pelas mais variáveis formas de Marketing e propaganda, incluindo meios gratuitos de divulgação na Internet.
- A empresa atende em todo país, fator que leva a empresa a enviar seus trabalhos pelo sistema de Correios SEDEX, ou via e-mail.

### PROPAGANDA

A propaganda vem demonstrar a importância de registrar os momentos importantes e marcantes de nossas vidas, as imagens passam um sentimento de lembrança e ao mesmo tempo o gosto de quero mais, além de mostrar a visão de quem vê a foto, ou melhor dizendo, mostrar como a pessoa gostaria que fosse a foto, por exemplo mostrando duas imagens lado a lado uma

antes e uma depois da modificação, a antes por exemplo, pode mostra uma pessoa com o cabelo fora do lugar olhos vermelhos com pouca iluminação e a outra com boa iluminação, cabelo no lugar, olhos normais e uma pele impecável em seguida vem à pergunta, “qual desses momentos você queria ter vivido a rainha das trevas ou a linda mocinha?”

A propaganda vem demonstrar a qualidade no aperfeiçoamento de imagens além de seduzir o cliente a guardar para si uma imagem mais sofisticada. A propaganda também brinca com a imagem deixando fotos comuns com aparência modernas, sofisticadas e até surrealistas, permitindo que o cliente viaje em sua imaginação e tenha marcado em suas fotografias suas idéias perspectivas e valores, além de tornar mais atrativos produtos por meio de imagens feitas para a propaganda.

A propaganda é feita por meio de:

- UTDOR
- Panfletos: demonstram exemplos fotográficos além de promoções
- Por meio de Patrocínio.
- Pela Internet, pelo próprio sitio, por meio de Pop-up, Fotolog, Orkut, Blog, Multiply, E-mail.
- Indicação de clientes.

Obs: Um dos meios de divulgação do produto é o patrocínio, a pessoa faz um contrato com a empresa e recebe 2 ou 3 fotos modificadas gratuitamente com a condição de publicá-la em sites de grande visitação como o Orkut, Fotolog , Blog e Mutiply durante um período de 3 semanas.

Outra forma é o cliente receber a foto modificada pelo preço de custo, mas com a marca d’água da empresa.

## **PLANO OPERACIONAL**

### **NECESSIDADES**

As necessidades empresariais variam de atividade em atividade, vão desde gastos com a legalização da empresa, escolha do local apropriado e compra de objetos que levem a obtenção do produto ou serviço.

Antes de se iniciar as atividades precisamos listar os itens que irão compor a empresa, o produto, prever eventuais desembolsos, formar a equipe de trabalho definindo a sua remuneração

dentre outros. Essa constitui a uma fase primordial para busca de capital destinado ao investimento inicial de acordo com as necessidades encontradas.

A lista de necessidades encontradas para a empresa, encontram-se no anexo A.

## LOCALIZAÇÃO E INFRA-ESTRUTURA

A **Multi-Foto Designer** está localizada em um imóvel de 25 m<sup>2</sup>, localizado na Avenida Pedro Miranda, 7896, em Belém. Esse local foi escolhido pela facilidade de acesso, boas condições de segurança, qualidade das instalações, completa infra-estrutura e proximidade dos clientes.

A área da empresa é o suficientemente ampla para abrigar o número atual de funcionários, e possibilitar futuras expansões, as instalações telefônicas e de Internet são de fácil disponibilidade e suas instalações elétricas e hidráulicas possuem grande qualidade, além de boa aparência e segurança.

O local é de fácil acesso, tanto para fornecedores como funcionários. Está localizada próxima a Feira da Pedreira, o que garante grande tráfego de pedestres, facilitando a divulgação de nossos produtos na localidade e constante clientela.

## O SITIO DA EMPRESA

A Página disponibilizará ao cliente:

- Enviar Imagens, solicitando o serviço a realizar nas mesmas
- Amostras de serviços efetuados
- Solicitação de Orçamentos
- Propagandas dos nossos serviços
- Área de contato com a empresa

## NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

O termo Capital de Giro refere-se aos investimentos feitos por uma empresa em ativos correntes. O Capital de Giro refere-se à diferença entre ativos circulantes e as obrigações correntes.

A necessidade de Capital de Giro é o montante necessário para manter um capital de giro satisfatório manter ativos suficientes pra pagar os passivos correntes, mantendo a atividade da empresa e gerando sobras.

Abaixo encontra-se uma tabela onde está representada necessidade de capital de giro da empresa.

	R\$
<b>NCG</b>	<b>R\$ 9.746,20</b>
Para compra de Material de limpeza	R\$ 74,07
Para Compra de Material de Expediente	R\$ 167,23
Para o pagamento de Funcionários	R\$ 5.043,52
Para o pagamento de despesas A /L/ T/ Alu.	R\$ 505,00
Despesas Bancárias e com Correio	R\$ 337,50
Despesas com Internet e site	R\$ 192,69
Caixa	R\$ 300,99
Manutenção	R\$ 120,00
Estoque de Matéria- Prima	R\$ 3.005,20

Essa tabela representa o gasto estimado para o primeiro mês de operação.

## OS INVESTIMENTOS

Os investimentos representam todo os gastos para mobiliar a empresa, gastos com compras de equipamentos e outros. Abaixo se encontram os investimentos da empresa para o primeiro mês de operação:

<b>Investimentos</b>	<b>R\$ 16.126,49</b>
Móveis e Utensílio	R\$ 3.097,99
Computadores e Periféricos	R\$ 3.416,00
Computadores e Periféricos Tipo II	R\$ 9.612,50

Obs: os Computadores e periféricos estão divididos em dois grupos, o tipo I são equipamentos menos sofisticados usados pela administração, o tipo II são mais sofisticados próprios para a edição de imagens utilizados na prestação de serviço.

## GASTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Os gastos pré-operacionais são aqueles ocorridos antes do início da operação de fato, mas que contribuirão para a formação de resultado por mais de um exercício social. Abaixo encontramos os gastos pré-operacionais da empresa.



<b>Gastos</b>	<b>R\$ 2.099,00</b>
Legalização	R\$ 700,00
Advogado/ Legalização	R\$ 500,00
Despesas Pré- operacionais	R\$ 100,00
Contador	R\$ 799,00

## **PLANO FINANCEIRO**

### **BALANÇO DE ABERTURA**

A empresa foi constituída com capital integralizado de R\$ 27.779,00, integralização em dinheiro de R\$ 6.381,08, integralização em estoques de R\$ 3.172,43, em imobilizado R\$ 16.126,49 e diferido de R\$ 2.999,00 a ser amortizado em 120 meses. O Balanço encontra-se em anexo B.

### **FOLHAS DE CUSTO**

Para calcular os custos de nossos produtos primeiramente separamos os mesmos em doze categorias:

Descrição: O cliente entrega em mãos seu material digitalizado, em negativo ou impresso para modificações na imagem e recebe o material em sua própria mídia.

1. Tratamento de Imagens II
2. Tratamento de Imagens II
3. Personalização da Imagem
4. Composição de Imagem modo profissional
5. Composição de Imagem modo Pessoal
6. Material personalizado

Descrição: O cliente entrega em mãos seu material digitalizado, em negativo ou impresso para modificações na imagem e recebe o material gravado em CD ou DVD

7. CD ou DVD sem personalização
8. CD ou DVD personalizado

Descrição: O cliente entrega em mãos seu material digitalizado, em negativo ou impresso para modificações na imagem e recebe Impresso.

9. Formato A 4

10. Formato 10/15 cm

11. Cartão de visita

Descrição: O cliente entrega via e-mail seu material digitalizado para modificações na imagem e recebe o material via e-mail

12. Foto via e-mail

Separamos por grupo os custos fixos e variáveis projetamos para 3000 fotos produzidas no primeiro mês divididas igualmente entre as 6 primeiras categorias que tratam somente da produção da mídia em si.

A energia elétrica consumida foi rateada de acordo com sua utilização nos seis primeiros processos de produção, consumindo 70% da energia total. Para essa fase do processo 90% do valor da mão-de-obra, sem o abono, os 10% restantes foram divididos entre os 5 tipos de trabalhos restantes. Os valores dos abonos estão relacionados abaixo:

Bonificações	R\$ 1.199,52
Até 3000 trabalhos	R\$ 19,04
De 3001 a 6000 trabalhos	R\$ 38,08
De 6001 a 12000 trabalhos	R\$ 76,16
De 12001 a 24000 trabalhos	R\$ 152,32
De 24001 a 48000 trabalhos	R\$ 304,64
Acima de 48001 trabalhos	R\$ 609,28

Como foram produzidas 3000 fotografias a quantidade a ser recebida pelos dois funcionários da parte de mídia foi 3,17 por tipo de foto.

A Internet utilizada na parte de produção é 70% da total, 45% são destinado aos trabalhos 4, 5 e 6 e os 25% restantes para o serviço de entrega por e-mail.

As folhas de custo de cada produto e os valores unitários encontram-se no anexo II:

Os rendimentos dos cartuchos de tinta foram retirados do site do fabricante e estão dentro dos padrões de teste ISO conforme abaixo:

Rendimento Padrão ISO		PAG	Total de tinta gasto nas operações		
Preto		480		Toner	Fração
Ciano		855	Ciano	1t	53%
Magenta		855	Magenta	1t	53%
Ciano Claro		855	Ciano Claro	1t	53%
Magenta Claro		855	Magenta Claro	1t	53%
Amarelo		855	Amarelo	1t	53%
			Preto	2t	73%

Obs: A impressora já vem carregada com um Toner de cada cor.

A depreciação mensal dos computadores e periféricos foi rateada de acordo com a necessidade do equipamento para cada tipo de produção.

Abaixo encontramos uma tabela que evidencia os custos unitários por produto:

	Custo.u
Tipo de trabalho 1:tratamento de Imagens Tipo I	R\$ 0,31
Tipo de trabalho 2:tratamento de Imagens Tipo II	R\$ 0,46
Tipo de trabalho 3:Personalização da Imagem	R\$ 0,54
Tipo 4:Composição de Imagem mod/ profissional	R\$ 0,76
Tipo 5:Composição de Imagem modo pessoal	R\$ 0,63
Tipo 6:Material Personalizado	R\$ 0,51
Sem personalização do DVd	R\$ 1,23
Com personalização do DVd	R\$ 1,62
Formato A 4	R\$ 1,71
Formato 10/15 cm	R\$ 1,24
Cartões de visita	R\$ 0,59
Pedido pela Internet	R\$ 0,48

## PREÇO DOS SERVIÇOS

O preço de venda dos serviços é obtido por meio da seguinte fórmula:

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

Depois de calculado o custo unitário do produto, é importante que se saiba que tipo de imposto incidirá naquele produto ou serviço e qual será a margem de lucro desejada.

Nossa empresa está inclusa no número 13 – Serviços relativos à fonografia, fotografia, cinematografia e reprografia, da lista de serviços sujeitos ao ISS ou ISQN, o Imposto Sobre

Serviços de Qualquer Natureza, de competência dos Municípios e do Distrito Federal, pois possui como fato gerador à prestação de serviço constante na lista anexa a Lei Complementar 116/2003.

A margem de lucro é a nossa perspectiva de lucro. A formação do custo envolve porem, muitos fatores, entres eles: o mercado, o preço do produto não pode ser acima do valor de mercado, pois o produto corre o risco de não ser absorvido pelo mesmo, a sazonalidade os impostos, a raridade do produto são fatores importantes para a avaliação e escolha do melhor preço.

Abaixo encontramos os preços de venda de cada produto:

Tipo de trabalho 1:tratamento de Imagens Tipo I	R\$ 1,17
Tipo de trabalho 2:tratamento de Imagens Tipo II	R\$ 2,32
Tipo de trabalho 3:Personalização da Imagem	R\$ 3,40
Tipo 4:Composição de Imagem mod/ profissional	R\$ 8,44
Tipo 5:Composição de Imagem modo pessoal	R\$ 1,39
Tipo 6:Material Personalizado	R\$ 3,22
Sem personalização do DVd	R\$ 2,23
Com personalização do DVd	R\$ 3,61
Formato A 4	R\$ 3,81
Formato 10/15 cm	R\$ 1,46
Cartões de visita	R\$ 1,64
Pedido pela Internet	R\$ 1,07

## PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio demonstra quantas unidades do produto devemos produzir e vender para que tenhamos zero de lucro, é o pondo onde a venda é suficiente para cobrir os custos e as despesas incorridas, se empresa produzir e vender abaixo do ponto de equilíbrio, ela terá prejuízo no período, se a empresa produzir e vender acima do ponto de equilíbrio ela terá lucro no período. O cálculo do ponto de equilíbrio da empresa encontra-se no anexo C.

## FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO

É oportuno fazer um estudo prévio do comportamento da empresa, para tanto usamos a ferramenta do fluxo de caixa para projetar as entradas e saídas de numerários durante cinco anos, de modo que as entradas possuem meta de crescimento de 15% e as saídas possuem atualização

pelo IGPM de 5,9813%, encontra-se em anexo o fluxo de caixa consolidado por produto no anexo D.

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	265.546,67	305.378,68	351.185,48	403.863,30	464.442,79
Receitas	265.546,67	305.378,68	351.185,48	403.863,30	464.442,79
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos e Desp. Variáveis	56.464,66	59.841,98	63.421,30	67.214,72	71.235,04
Custos Fixos	19.973,44	21.168,12	22.434,24	23.776,10	25.198,22
Despesas Fixas	44.033,52	46.667,30	49.458,61	52.416,88	55.552,09
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>120.471,62</b>	<b>127.677,39</b>	<b>135.314,16</b>	<b>143.407,70</b>	<b>151.985,35</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>145.075,05</b>	<b>177.701,29</b>	<b>215.871,32</b>	<b>260.455,60</b>	<b>312.457,45</b>

## VALOR DO INVESTIMENTO NO TEMPO

Critérios para Análise de Investimentos e Projetos:

### Período Pay Back – Time of Return on Investment

É o número de períodos que o Investimento leva para se “pagar” a valor presente.

- ✓ Mede tempo,
- ✓ Demonstra se projeto se paga dentro de sua vida útil,
- ✓ Se o Payback é menor do que vida útil do projeto é bom,
- ✓ Quanto menor o tempo do Payback, melhor é o projeto em comparação a outro com tempo maior, dentro deste critério de avaliação.

### VPL – Value Present Liquid

Mede em unidades monetárias e em termos absolutos se o investimento custa mais do que vale ou vale mais do que custa.

- ✓ Se o VPL é positivo significa lucro.
- ✓ Se o VPL é negativo, este será o prejuízo

### TIR – Internal Tax of Return

Demonstra quanto o projeto irá gerar de retorno.

Abaixo encontramos os valores da TIR, VPL e Payback do projeto:

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	27.779,00			-27.779,00			
1		265.546,67	61.798,57	203.748,11	733%	0,14	49
2		305.378,68	65.494,93	239.883,75	864%	0,12	42
3		351.185,48	69.412,37	281.773,10	1014%	0,10	35
4		351.185,48	73.564,14	277.621,34	999%	0,10	36
5		464.442,79	77.964,23	386.478,56	1391%	0,07	26

VPL	=	R\$ 753.851,55
-----	---	----------------

TIR	=	751%
-----	---	------

## MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda e os custos e despesas variáveis. Ela pode ser vista como contribuição, por si só, do produto para o resultado da empresa, possibilitando visualizar qual produto que mais contribui com o resultado da empresa e incrementar a sua produção. As margens de contribuição por produto encontram-se no anexo E.

## INDICADORES FINANCEIROS

Como identificar as causas dos problemas empresariais e encontrar soluções apropriadas?

Nesse sentido a análise das demonstrações contábeis se mostra bastante eficaz.

Cada empresa possui uma atividade diferente uma forma mais arrojada ou não de tomar decisões, outras atuam com forte pressão de mercado outras são quase que um monopólio. É dentro dessa diversidade que a análise financeira fornece por meio de equações que interpretadas pelos agentes tomadores de decisão informações úteis a serem utilizadas dentro da empresa e por usuários externos.

Abaixo estão alguns dos indicadores encontrados na empresa por meio do seu Balanço Patrimonial e sua DRE projetados para cinco anos, encontrados no anexo F.

#### **-Indicadores de liquidez**

A liquidez é a capacidade de transformar em dinheiro, os índices de liquidez servem para mostrar o quão sólida é a base da empresa frente as suas obrigações.

O quociente de liquidez comum ou corrente é demonstrado pela divisão do ativo circulante pelo passivo circulante, ele mostra a liquidez corrente ou seja, o que pode ser utilizado do circulante, valores de maior grau de liquidez dentro do patrimônio, para pagar os compromissos também de maior grau liquidez, ou seja os compromissos mais imediatos ou próximos.

O quociente de liquidez imediata ou instantânea é demonstrado pela divisão das disponibilidades sobre o passivo circulante. Ele serve de base para verificar a capacidade de pagamento imediato da empresa, ou seja, ele reflete a capacidade de honrar os compromissos com o dinheiro que estará a disposição sem recorrer a novas vendas prestação de serviços entre outros.

O quociente de liquidez corrente é demonstrado pela divisão do ativo circulante menos o estoque, pelo passivo circulante. Ele mostra o quanto se pode pagar quase que de imediato pelas dividas adquiridas no exercício social, sem se utilizar o estoque ou seja sem fazer novas vendas, uma vez que esse ativo gera grande incerteza sobre seu retorno principalmente em períodos de recessão.

O quociente de liquidez geral é demonstrado pela divisão do ativo circulante mais o ativo realizável a longo prazo, pelo passivo circulante mais o passivo realizável alongo prazo. Ele identifica a capacidade de liquidar as dividas de curto e longo prazo com os recursos disponíveis do ativo circulante e realizável a longo prazo, ou seja, a capacidade da empresa pagar suas dividas sem precisar vender bens imobilizados, esse quociente tem como objetivo responder se a empresa conseguirá fazer frente a todas as suas obrigações.

Abaixo encontram-se os quocientes encontrados:

Liqui. G = Liquid.C	AC+RLP	154.821,25	287	332.522,54	279%	548.393,86	277%	808.849,46	276%	1.121.306,91	277%
	PC+ELP	53.905,38		119.308,28		198.134,99		292.612,80		405.315,87	

Liqui. S = Liquid. I	AC-EST	151.648,82	281	329.350,11	276%	545.221,43	275%	805.677,03	275%	1.118.134,48	276%
	PC	53.905,38		119.308,28		198.134,99		292.612,80		405.315,87	

### - Indicadores de atividade

Os indicadores de atividade estudam onde está a causa efetiva dos problemas da empresa, por meio da análise do giro tanto de ativos como de estoque, assim como dos prazos de pagamento e recebimento praticados e pelo coeficiente de posicionamento relativo.

A rotação do ativo identifica quanto à empresa vendeu no período comparado com seu ativo total médio. Ele evidencia a, proporção do volume das vendas e os investimentos totais feitos pela empresa ou seja quanto à empresa vendeu a cada 100 reais de investimento total.

Giro do Ativo	Rec. Liq	252.269,34	147	290.109,74	111%	333.626,20	73%	383.670,13	55%	441.220,65	45%
	At médio	172.180,52		260.598,0505		456.518,13		693.815,36		979.405,66	

### - Índices de Rentabilidade

O índice de rentabilidade é uma forma de analisar melhor o resultado operacional realizado, ele permite a visualização conjunta ou individual de dois indicadores, o indicador de margem e o indicador de rotação, ele relaciona o lucro operacional com o ativo operacional com o objetivo de verificar a eficiência na gestão dos recursos.

O indicador de margem operacional ou retorno sobre vendas, demonstra a eficiência global da empresa, mostrando o quando da nossa receita ficou destinada a cobrir os custos e despesas incorridas e o quanto da nossa venda líquida restou como lucratividade do período, indica a margem de lucro por unidade vendida, indica também a eficiência das despesas em relação às vendas, pois quanto menores as despesas maiores serão os lucros.

Reto. s/ Vendas	Lucro Liq.	90.303,45	36	111.432,16	38%	136.178,38	41%	165.111,56	43%	198.888,16	45%
	Rec. Liq *100	252.269,34		290.109,74		333.626,20		383.670,13		441.220,65	

Outras formas de avaliar o retorno são o retorno sobre o investimento e o retorno sobre o patrimônio líquido.

Reto. s/ Invest.	Luc. Liq.	130.931,50	76	111.432,16	43%	136.178,38	30%	165.111,56	24%	198.888,16	20%
	At médio*100	172.180,52		260.598,05		456.518,13		693.815,36		979.405,66	

Reto. s/ PL	Lucro Liq.	130.931,50	74	161.566,13	34%	197.445,82	48%	239.396,21	53%	288.369,08	46%
	PL médio*100	177.412,71		480.739,33		412.650,14		448.441,47		630.441,33	



### - Endividamento

O quociente de participação do capital de terceiros sobre o patrimônio líquido, demonstra o quanto o nosso patrimônio próprio está comprometido a terceiros.

Part Cap Terc.	PC+ELP	53.905,38	46	119.308,28	52%	198.134,99	54%	292.612,80	55%	405.315,87	56%
	PL*100	118.275,14		229.707,30		365.885,68		530.997,25		729.885,40	

### - Relações de giro e Imobilização

O Capital de giro geralmente refere-se aos investimentos feitos por uma empresa em ativos correntes ou seja é o mesmo que ativo circulante. O capital circulante líquido CCL, refere-se ao resultado da diferença entre os ativos circulantes e as obrigações correntes (passivo circulante), ele demonstra a folga financeira de capitais circulantes, ou seja, o capital restante após o pagamento de todos os passivos.

A necessidade de capital de giro é determinada a partir da diferença entre as aplicações cíclicas (investimento operacional em giro) e os recursos cíclicos (financiamento operacional do giro).

Tesouraria: representa o montante de recursos permanentes não utilizados no financiamento de imobilizações, aplicações a longo prazo e realizáveis a longo prazo menos as necessidades de recursos ligadas ao operacional da empresa.

Capital de giro.....Longo Prazo

(-) Necessidade de capital de giro..... Curto Prazo

(=) Tesouraria .....Curtíssimo prazo

A imobilização do patrimônio líquido vem indicar o quanto a empresa está investindo no ativo permanente com recursos próprios.

Abaixo encontramos os quatro indicadores:

Imob.PL	AP	17.359,26	15	16.493,04	7%	15.626,81	4%	14.760,59	3%	13.894,36	2%
	PL*100	118.275,14		229.707,30		365.885,68		530.997,25		729.885,40	
CCL	PL+ EXL.P - AP	100.915,88		213.214,26		182.508,18		516.236,66		715.991,04	
NCG	APLI.C - REC.C	(50.732,95)		(116.135,85)		(194.962,56)		(289.440,37)		(402.143,44)	
SALDO EM TESOURARIA	CCL-NCG	151.648,82		329.350,11		377.470,74		805.677,03		313.847,60	

### - OVERTRADING

Desequilíbrio Operacional, também denominado pelos norte americanos como Overtrading, reflete o ciclo de vida das empresas. O desequilíbrio econômico-financeiro ocorre quando o volume de operações da empresa passa a ser tão grande, a ponto de ficar desproporcional com o seu capital de giro.

Um crescimento desordenado do Ativo Permanente, que venha provocar atrofiamento do Ativo Circulante, prejudica não somente a expansão operacional da empresa, como também perturba-lhe o equilíbrio financeiro.

Abaixo encontramos os indicadores de proporção de ativo permanente em relação ao ativo total e o ativo circulante em relação ao ativo total:

ATV.PER X100	17.359,26	10	16.493,04	5	15.626,81	3	14.760,59	2	13.894,36	1
ATIVO TOTAL	172.180,52		349.015,58		564.020,68		823.610,05		1.135.201,27	

Um Ativo excessivamente endividado ou seja, proveniente de excessiva proporção de Capitais Alheios, elimina por sua vez a independência ou autonomia financeira da empresa motivando posteriores desequilíbrios. Para tanto é importante também verificar o quando de recursos próprios são destinados a formação do ativo cálculo abaixo:

CAP. P	118.275,14	69	229.707,30	66	365.885,68	65	530.997,25	64	729.885,40	64
ATIVO TOTAL	172.180,52		349.015,58		564.020,68		823.610,05		1.135.201,27	

Os cálculos expostos correspondem ao ano de 2007 os demais anos seguem a mesma proporção.

A inexistência de Capital de Giro Próprio é fator que poderá ser causa de desequilíbrio econômico-financeiro, para tanto podemos verificar o quanto de capital próprio está sendo destinado ao giro:

CGP =	PL- AP	100.915,88	213.214,26	350.258,87	516.236,66	715.991,04
-------	--------	------------	------------	------------	------------	------------

Um lucro operacional muito baixo, em relação às vendas efetuadas, pode revelar uma acentuada incidência de custos. Em circunstâncias semelhantes a empresa poderá ir caminhando para uma situação de prejuízos crônicos que lhe debilitarão a consistência dos Capitais Próprios, abaixo encontramos a proporção lucro operacional, e recita da empresa:

LUCRO LIQUIDOX 100	90.303,45	34	111.432,16	36	136.178,38	39	165.111,56	41	198.888,16	43
VENDAS	265.546,67		305.378,68		351.185,48		403.863,30		464.442,79	

Uma composição atrofiada do Ativo Circulante, representando excessos de estoques ou excessos de faturamento a receber, poderá causar dificuldades à empresa. O indicador utilizado

para verificar essa situação representa quanto do Ativo Circulante é absorvido pelos Estoques. Abaixo encontramos o cálculo do indicador para a empresa:

ESTOQUES X100	3.172,43	2	3.172,43	2	3.172,43	1	3.172,43	0,4	3.172,43	0,3
ATIVO CIRCULANTE	154.821,25		154.821,25		564.020,68		808.849,46		1.121.306,91	

Os cálculos expostos correspondem ao ano de 2007 os demais anos seguem a mesma proporção.

A relação entre a receita e o capital próprio, permite ver se os capitais próprios são suficientes para manter o desenvolvimento do volume de negócios, isto é, das vendas. Resultados elevados neste indicador evidenciam que as vendas estão sendo desenvolvidas, basicamente por capitais de terceiros; ou seja, o capital próprio envolvido no volume de vendas é muito reduzido.

VENDAS	265.546,67	3	305.378,68	1	351.185,48	1	403.863,30	1	464.442,79	1
CAPITAL DE GIRO P.	100.915,88		213.214,26		350.258,87		516.236,66		715.991,04	

- Termômetro de insolvência

O Termômetro de insolvência surgiu para avaliar o grau de insolvências das empresas, por meio de um “fator de insolvência”, para obter esse fator relacionamos alguns quocientes e atribuímos pesos a eles e após, somamos os valores obtidos, a soma recairá entre -7 e 7, e dependendo da faixa em que o resultado obtido se encaixa teremos uma perspectiva sobre a tendência de solvência da empresa avaliada.

As faixas compreendem entre 0 e -3 faixa de penumbra, significa que a empresa precisa tomar cuidados para recuperar sua solvência. De -3 a -7 a empresa está na faixa de insolvência, significa que a mesma possui maiores possibilidades de falir. Entre 0 e 7 a empresa estará na faixa de solvência.

Os valores obtidos para todos os anos projetados da empresa foram os mesmos, portanto apresentarei somente o cálculo para 2007:

X1 2005=	LL *0,05	90.303,45	0
	PL	118.275,14	
X2 2005=	AC+REAL L/P*1,65	154.821,25	5
	EXIG TOTAL	53.905,38	
X3 2005=	AC-EST*3,35	151.648,82	9
	PC	53.905,38	
X4 2005=	AC*1,06	154.821,25	3
	PC	53.905,38	
X5 2005=	EXIG TOTAL*0,33	53.905,38	0
	PL	118.275,14	
FI 2005=	X1+X2+X3-X4-X5		17

## - EBITDA

O EBITDA é uma forma de avaliação do lucro da empresa ela significa lucro antes dos juros, impostos sobre o lucro, depreciação e amortização. O EBITDA permite medir o potencial de renda, independente das fontes de financiamento, ele demonstra a informação no que tange a operação da empresa e sua capacidade de gerar entradas de numerários. Para tanto é que são deduzidas as despesas financeiras, quanto à depreciação e amortização, são subtraídas por não gerarem saídas de caixa não influenciando assim na geração de numerários.

O EBITDA é um indicador importante para a informação do desempenho da empresa, para a reflexão das estratégias adotadas, além de servir de parâmetro para verificação da capacidade de geração de caixa, evidenciando assim seu valor de mercado. Quanto maior o EBITDA me relação aos recursos investidos, melhor a qualidade de gestão.

Abaixo encontra-se o EBITDA calculado para a empresa:

EBITDA =	LUC.-(D+A+J+IMP)	130.065,27	160.699,90	196.579,60	238.529,98	287.502,86
----------	------------------	------------	------------	------------	------------	------------

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Referências bibliográficas. NRB 6023. Rio de Janeiro: 2001

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor/ Idalberto Chiavenato- São Paulo: ed. Saraiva, 2005.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial/ Ronald Jean Degen, com a colaboração de Avaro Augusto Araújo Mello– São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza Dias. **Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócios**. Disponível em: <[http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Monografia\\_Antonia\\_Dias.pdf](http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Monografia_Antonia_Dias.pdf)> Acesso em: 13 out. 2007

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios/ José Carlos Assis Dornelas.- Rio de Janeiro: ed. Campos, 2001

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS CONTÁBEIS, ATUARIAS E FINANCEIRA. **Manual de contabilidade das sociedades por ação**: aplicável as demais sociedades/ FIPECAFI; diretor responsável Sérgio de Iudicibus; coordenador técnico Eliseu Martins, supervisor de equipe de trabalho Ernesto Rubens Gelbcke. -6. ed. Ver. E atual- São Paulo : Atlas, 2003.

IÇO, José Antônio; BRAGA, Rosalva Pinto. **EBITDA**: lucro ajustado para fins de avaliação de desempenho operacional. Disponível em: <<http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Ebitda2.pdf>> Acesso em: 29.11.2007

MOREIRA, Heber Lavor. **Overtrading**. Disponível em: <<http://www.peritocontador.com.br/artigos/overtrading.pdf>> Acesso em: 29.11.2007

VASCONCELOS, Yamura Lúcia. **EBITDA**: retrato do desempenho operacional. Disponível em: <<http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Ebitda1.pdf>> Acesso em: 29.11.2007

VICECONTI, Paulo Eduardo Vilchez, 1948- **Contabilidade de custos**: um enfoque direto e objetivo/ Paulo Eduardo V. Viceconti, Silvério das Neves. – 6.ed. rev. e ampl.- São Paulo: Frase editora, 2000.

## ANEXOS

## ANEXO A – LISTA DE NECESSIDADE

Para o Local de Trabalho	R\$	Quantidade	Total
Mesas Individuais de Escritório	R\$ 100,00	5	R\$ 500,00
Mesas Simples	R\$ 50,00	1	R\$ 50,00
Armário	R\$ 260,90	2	R\$ 521,80
Armário 3 gavetas	R\$ 172,90	2	R\$ 345,80
Ar-condicionado	R\$ 600,00	1	R\$ 600,00
Bebedouro	R\$ 220,00	1	R\$ 220,00
Cadeira Simples	R\$ 20,00	4	R\$ 80,00
Cadeiras de Escritório	R\$ 75,00	10	R\$ 750,00
Telefone	R\$ 30,39	1	R\$ 30,39
Computador	R\$ 779,00	4	R\$ 3.116,00
Impressora	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 6.513,99</b>

Material de Limpeza	R\$	Quan. A Comprar	Unid.p/ pacot	Estoq.Quant	TOTAL
Álcool	R\$ 2,30	2	3 uni	6 uni/ 6 l	R\$ 4,60
Detergente	R\$ 1,20	3	1 uni	6 uni/ 3l	R\$ 3,60
Vassoura	R\$ 1,50	1	1 uni	1 uni	R\$ 1,50
Panos	R\$ 2,00	3	2 um	6un	R\$ 6,00
Papel	R\$ 1,50	3	1 pacote	5 pcotes	R\$ 4,50
Papel Higiênico	R\$ 1,50	8	4 uni	32 Uni	R\$ 12,00
Sabão Líquido	R\$ 0,87	1	5 uni	5 uni	R\$ 0,87
Pá	R\$ 2,00	1			R\$ 2,00
Porta papel	R\$ 15,00	1			R\$ 15,00
Porta sabão	R\$ 16,00	1			R\$ 16,00
Lixeiro	R\$ 1,00	5			R\$ 5,00
Balde	R\$ 1,00	3			R\$ 3,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 33,07</b>	<b>R\$ 41,00</b>	<b>R\$ 74,07</b>

Material de Expediente	R\$	Quan. A Comprar	Unid.p/ pacot	Estoq.Quant	TOTAL
Papel	R\$ 7,30	2	500 fls	1000FLS	R\$ 14,60
Clipes	R\$ 2,10	1	1 caixa	1.000 uni	R\$ 2,10
Ligas	R\$ 1,60	1	1 saco	300 uni	R\$ 1,60
Patas Registradora	R\$ 8,20	2	5 uni.	5uni	R\$ 16,40
Envelopes Saco Papel	R\$ 2,90	2	10 uni	50 unid	R\$ 5,80
Fitas Adesivas	R\$ 4,70	1	3 uni	6 uni	R\$ 4,70
Canetas	R\$ 4,50	1	1 Caixa	50 unid	R\$ 4,50
lápiz	R\$ 1,59	1	5 uni	10 uni	R\$ 1,59
Borracha	R\$ 2,75	1	3 uni	9 uni	R\$ 2,75
Corretivo	R\$ 3,90	1	4 uni	8 uni	R\$ 3,90
Tesoura	R\$ 5,30	1	4 uni	4 uni	R\$ 5,30
Descartáveis	R\$ 1,25	1	100uni	200 uni	R\$ 1,25
Cola	R\$ 2,30	1	1 uni	3 uni	R\$ 2,30
Furador	R\$ 7,30	1	3 uni	3 uni	R\$ 7,30
Grampeador	R\$ 7,30	1	3 uni	3 uni	R\$ 7,30
Grampos	R\$ 3,35	1	1 caixa	24 uni	R\$ 3,35
Régua	R\$ 0,99	1	3 uni	9 uni	R\$ 0,99
Papel p/ Bilhetes	R\$ 1,70	1	1uni	1000 fls	R\$ 1,70
Tinta p/ Impressora	R\$ 75,00	1	5 CORES		R\$ 75,00
Água Mineral	R\$ 4,80	1	1uni	1 uni	R\$ 4,80
<b>Total</b>					<b>R\$ 167,23</b>

<b>DESPESAS</b>	<b>R\$</b>	<b>Quantidade</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Agua</b>	R\$ 30,00	1	R\$ 30,00
<b>Telefone</b>	R\$ 25,00	2	R\$ 50,00
<b>Luz</b>	R\$ 125,00	1	R\$ 125,00
luz dos equipamentos	R\$ 93,75	1	R\$ 93,75
luz do Local	R\$ 31,25	1	R\$ 31,25
<b>Aluguel</b>	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
<b>Total</b>			R\$ 505,00

<b>Pessoal- Mensal</b>	<b>R\$</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Total</b>
<b>Contador</b>			R\$ 799,00
Vencimento	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
Vale Alimentação	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00
Vale Transporte	R\$ 98,00	1	R\$ 98,00
Encargos Sociais	R\$ 101,00	1	R\$ 101,00
<b>Designers e/ou Profissionais de Multimidia</b>	R\$ 799,00		R\$ 1.598,00
Vencimento	R\$ 500,00	2	R\$ 1.000,00
Vale Alimentação	R\$ 100,00	2	R\$ 200,00
Vale Transporte	R\$ 98,00	2	R\$ 196,00
Encargos Sociais	R\$ 101,00	2	R\$ 202,00
<b>Bonificações</b>	R\$ 599,76		R\$ 1.199,52
Até 3000 trabalhos	R\$ 9,52	2	R\$ 19,04
De 3001 a 6000 trabalhos	R\$ 19,04	2	R\$ 38,08
De 6001 a 12000 trabalhos	R\$ 38,08	2	R\$ 76,16
De 12001 a 24000 trabalhos	R\$ 76,16	2	R\$ 152,32
De 24001 a 48000 trabalhos	R\$ 152,32	2	R\$ 304,64
Acima de 48001 trabalhos	R\$ 304,64	2	R\$ 609,28
<b>Designers e/ou Profissionais de Multimidia</b>	Administrativo		R\$ 704,00
Vencimento	R\$ 450,00	1	R\$ 450,00
Vale Alimentação	R\$ 80,00	1	R\$ 80,00
Vale Transporte	R\$ 80,00	1	R\$ 80,00
Encargos Sociais	R\$ 94,00	1	R\$ 94,00
<b>Secretaria</b>			R\$ 643,00
Vencimento	R\$ 400,00	1	R\$ 400,00
Vale Transporte	R\$ 70,00	1	R\$ 70,00
Vale Alimentação	R\$ 80,00	1	R\$ 80,00
Encargos Sociais	R\$ 93,00	1	R\$ 93,00
<b>Diarista</b>			
Diária	R\$ 25,00	4	R\$ 100,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 5.043,52</b>



<b>Produção- Equipamentos</b>	<b>R\$</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Total</b>
<b>Computadores</b>			R\$ 5.205,00
Especificações	R\$ 1.349,00	2	R\$ 2.698,00
Mause	R\$ 53,00	2	R\$ 106,00
Monitor	R\$ 800,00	2	R\$ 1.600,00
Teclado	R\$ 48,50	2	R\$ 97,00
Nobreak	R\$ 261,00	2	R\$ 522,00
Estabilizador	R\$ 91,00	2	R\$ 182,00
<b>Programas</b>			R\$ 1.144,00
Corel Draw	R\$ 329,00	1	R\$ 329,00
Ed Cash Controtrol Plus	R\$ 37,00	1	R\$ 37,00
Ms Office 2007 Come e estudante Plus	R\$ 379,00	1	R\$ 379,00
Windows Xp Home Full	R\$ 399,00	1	R\$ 399,00
<b>Impressora ( Epson stylus R270) + Fragmentadora c/ Cesto 5 folhas 110V</b>	R\$ 831,00	2	R\$ 1.662,00
<b>Scanner fotográfico HP Scanjet G4050</b>	R\$ 799,00	2	R\$ 1.598,00
<b>Adaptadores USB</b>	R\$ 3,50	1	R\$ 3,50
<b>Total</b>			R\$ 9.612,50

<b>Serviços de Internet 1M</b>	R\$ 169,70	1	R\$ 169,70
<b>Provedor e Websit</b>	R\$ 22,99	1	R\$ 22,99

Para o setor de Produção 70% da Banda	R\$ 118,79
Para o setor administrativo 30% da Banda	R\$ 50,91
O provedor e Websit 100% setor de produção	

<b>Produção- Material</b>	<b>R\$</b>	<b>Quan. A Comprar</b>	<b>Unid.p/ pacot</b>	<b>Estoq.Quant</b>	<b>TOTAL</b>
<b>DVDs</b>	R\$ 20,00	15	25 DVDs	375 UNI	R\$ 300,00
<b>Papel</b>				7000 fls	R\$ 1.646,00
Papel para Etiqueta CD	R\$ 24,30	10	100fls / 200 etiq.	1000 FLS	R\$ 243,00
Papel p/ cartão de visita	R\$ 20,30	10	100 fls/1000cart.	1000FLS	R\$ 203,00
Papel para fotografia 10x15 cm	R\$ 27,00	20	50 fls	1000 FLS	R\$ 540,00
Papel para fotografia A4	R\$ 33,00	20	50 fls	1000 FLS	R\$ 660,00
<b>Tinta ( 6cores ) Cartuchos Epson 81</b>	R\$ 53,90	18			R\$ 970,20
<b>Envelopes Com Bolha</b>	R\$ 1,10	70	1 UNI	70 UNI	R\$ 77,00
<b>Envelopes Normais</b>	R\$ 1,20	10	10 UM	100 UNI	R\$ 12,00
<b>Boletos Bancários</b>	R\$ 4,50		POR BOLETO		R\$ 0,00
<b>Serviço de Correio</b>					R\$ 0,00
<b>Total</b>					R\$ 3.005,20

<b>Legalização</b>	R\$ 700,00
<b>Advogado/ Legalização</b>	R\$ 500,00
<b>Total Mensal</b>	R\$ 9.020,78
<b>Total de Bens</b>	R\$ 16.167,49
<b>Total Geral</b>	R\$ 26.388,27

## ANEXO B – BALANÇO PATRIMÔNIAL

Balanço de Abertura Multi-Foto Designer Cnpj: 212135421215721 Belém 06.09.2007			
ATIVO		PASSIVO	
<b>Ativo Circulante</b>	<b>R\$ 9.746,20</b>	<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>R\$ 27.971,69</b>
<b>Disponibilidades</b>	R\$ 6.573,77	Capital Social Integralizado	R\$ 27.971,69
Caixa	R\$ 6.573,77		
<b>Estoque</b>	<b>R\$ 3.172,43</b>		
Estoque de Matéria Prima	R\$ 3.005,20		
Estoque de Material de Expediente	R\$ 167,23		
<b>Permanente</b>	<b>R\$ 18.225,49</b>		
<b>Imobilizado</b>	R\$ 16.126,49		
Móveis e Utensílios	R\$ 3.097,99		
Computadores e Periféricos	R\$ 9.612,50		
Computadores e Periféricos II	R\$ 3.416,00		
<b>Diferido</b>	<b>R\$ 2.099,00</b>		
Despesa Pré-Operacionais	R\$ 100,00		
Legalização	R\$ 700,00		
Despesas Administrativas- Advogados	R\$ 500,00		
Despesas Administrativas- Contador	R\$ 799,00		
<b>Total</b>	<b>R\$ 27.971,69</b>	<b>Total</b>	<b>R\$ 27.971,69</b>

### Amortização do Diferido

Itens	Valor	Tempo (Meses)	Amortização (Anual)
Diferido	R\$ 2.099,00	120	209,90
Despesa Pré-Operacionais	R\$ 100,00	120	10,00
Legalização	R\$ 700,00	120	70,00
Despesas Administrativas- Advogados	R\$ 500,00	120	50,00
Despesas Administrativas- Contador	R\$ 799,00	120	79,90
<b>Total</b>	<b>R\$ 4.198,00</b>		<b>419,80</b>

## ANEXO C- PONTO DE EQUILÍBRIO

Tipo de trabalho 1:tratamento de Imagens Tipo I		
PE=	CUSTOS + DESPESAS FIXAS	
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
PREÇO DE VENDA/UNI	1,22	
CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,01	
CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	455,60	
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	1,21	
PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	377	
TESTE PE		
PV	460,11	
CV	4,51	
CF	455,60	
CT	460,11	
LUCRO	0,00	
PE EM UNI = $\frac{R\$ 455,60}{1,21}$ 376,65		
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE= 460,11		
Tipo de trabalho 2:tratamento de Imagens Tipoll		
2	PREÇO DE VENDA/UNI	2,32
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,02
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	532,88
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	2,30
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	231
TESTE PE		
PV	536,52	
CV	3,64	
CF	532,88	
CT	536,52	
LUCRO	0,00	
PE EM UNI = $\frac{R\$ 532,88}{2,30}$ 231		
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE= 536,52		
Tipo 4:Composição de Imagem mod/profissional		
4	PREÇO DE VENDA/UNI	8,44
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,04
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	666,73
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	8,40
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	79
TESTE PE		
PV	670,22	
CV	3,48	
CF	666,73	
CT	670,22	
LUCRO	0,00	
PE EM UNI = $\frac{R\$ 666,73}{8,40}$ 79		
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE= 670,22		
Tipo 5:Composição de Imagem modo pessoal		
5	PREÇO DE VENDA/UNI	1,39
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,04
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	601,58
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	1,35
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	446
TESTE PE		
PV	619,44	
CV	17,87	
CF	601,58	
CT	619,44	
LUCRO	0,00	
PE EM UNI = $\frac{R\$ 601,58}{1,35}$ 446		
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE= 619,44		

**Tipo 6: Material Personalizado**

<b>6</b>	PREÇO DE VENDA/UNI	3,22	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,03		PV	556,92
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	551,92		CV	4,99
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	3,19		CF	551,92
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	173		CT	556,92
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 551,92		173	
		3,19			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=		556,92			

**Tipo de trabalho 3: Personalização da Imagem**

<b>3</b>	PREÇO DE VENDA/UNI	3,40	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,03		PV	571,36
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	566,51		CV	4,85
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	3,37		CF	566,51
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	168		CT	571,36
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 566,51		168	
		3,37			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=		571,36			

**Sem personalização do DVd**

<b>7</b>	PREÇO DE VENDA/UNI	2,23	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,89		PV	543,49
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	325,47		CV	218,02
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	1,33		CF	325,47
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	244		CT	543,49
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 325,47		244	
		1,33			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=		543,49			

**Com personalização do DVd**

<b>8</b>	PREÇO DE VENDA/UNI	3,61	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	1,32		PV	516,39
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	326,86		CV	189,53
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	2,28		CF	326,86
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	143		CT	516,39
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 326,86		143	
		2,28			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=		516,39			

## Formato A4

9	PREÇO DE VENDA/UNI	3,81	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	1,37		PV	509,35
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	326,03		CV	183,33
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	2,44		CF	326,03
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	134		CT	509,35
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 326,03	134		
		2,44			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=			509,35		

## Formato 10/15 cm

10	PREÇO DE VENDA/UNI	1,46	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	1,37		PV	5087,48
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	326,03		CV	4761,46
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	0,09		CF	326,03
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	3476		CT	5087,48
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 326,03	3.476		
		0,09			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=			5.087,48		

## Cartões de visita

11	PREÇO DE VENDA/UNI	1,69	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,57		PV	493,86
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	326,03		CV	167,83
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	1,11		CF	326,03
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	293		CT	493,86
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 326,03	293		
		1,11			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=			493,86		

## Pedido pela Internet

12	PREÇO DE VENDA/UNI	1,07	TESTE PE		
	CUSTOS+ DESPESAS VARIÁVEIS/ UNI	0,14		PV	418,71
	CUSTOS + DESPESAS FIXAS/ MÊS	365,57		CV	53,14
	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	0,94		CF	365,57
	PONTO DE EQUILÍBRIO UNITÁRIO	391		CT	418,71
			LUCRO	0,00	
PE EM UNI =		R\$ 365,57	391		
		0,94			
PE EM R\$ = PV UNI X QT NO PE=			418,71		

## ANEXO D – FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO POR PRODUTO

### Tratamento de imagens tipo I

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	16.693,35	19.197,36	22.076,96	25.388,51	29.196,78
Receitas	16.693,35	19.197,36	22.076,96	25.388,51	29.196,78
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	125,28	132,77	140,71	149,13	158,05
Custos Fixos e Despesas Fixas	6.346,91	6.726,54	7.128,88	7.555,27	8.007,18
<b>CUSTO TOTAL</b>	6.472,19	6.859,31	7.269,59	7.704,41	8.165,23
<b>SALDO DE CAIXA</b>	10.221,16	12.338,04	14.807,37	17.684,10	21.031,55

### Tratamento de imagens tipo II

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	8.795,30	10.114,60	11.631,79	13.376,56	15.383,04
Receitas	8.795,30	10.114,60	11.631,79	13.376,56	15.383,04
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	98,28	104,16	110,39	116,99	123,99
Custos Fixos e Despesas Fixas	5.423,73	5.748,14	6.091,96	6.456,34	6.842,51
<b>CUSTO TOTAL</b>	5.522,01	5.852,30	6.202,35	6.573,33	6.966,50
<b>SALDO DE CAIXA</b>	3.273,29	4.262,30	5.429,44	6.803,23	8.416,54

### Personalização da imagem

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	24.483,68	28.156,23	32.379,67	37.236,62	42.822,11
Receitas	24.483,68	28.156,23	32.379,67	37.236,62	42.822,11
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	219,78	232,93	246,86	261,62	277,27
Custos Fixos e Despesas Fixas	6.735,75	7.138,64	7.565,62	8.018,14	8.497,73
<b>CUSTO TOTAL</b>	6.955,53	7.371,56	7.812,48	8.279,77	8.775,00
<b>SALDO DE CAIXA</b>	17.528,15	20.784,67	24.567,19	28.956,85	34.047,11

### Imagem modo profissional

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	60.762,44	69.876,80	80.358,32	92.412,07	106.273,88
Receitas	60.762,44	69.876,80	80.358,32	92.412,07	106.273,88
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	327,90	347,51	368,30	390,33	413,67
Custos Fixos e Despesas Fixas	7.725,67	8.187,76	8.677,50	9.196,52	9.746,60
<b>CUSTO TOTAL</b>	8.053,57	8.535,28	9.045,80	9.586,85	10.160,27
<b>SALDO DE CAIXA</b>	52.708,87	61.341,53	71.312,53	82.825,22	96.113,61

### Composição da imagem modo pessoal

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	10.007,50	11.508,62	13.234,92	15.220,15	17.503,18
Receitas	10.007,50	11.508,62	13.234,92	15.220,15	17.503,18
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	300,90	318,90	337,97	358,19	379,61
Custos Fixos e Despesas Fixas	6.947,99	7.363,57	7.804,01	8.270,79	8.765,49
<b>CUSTO TOTAL</b>	7.248,89	7.682,47	8.141,98	8.628,97	9.145,10
<b>SALDO DE CAIXA</b>	2.758,61	3.826,16	5.092,94	6.591,18	8.358,08

## Material personalizado

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	21.773,41	25.039,42	28.795,34	33.114,64	38.081,83
Receitas	21.773,41	25.039,42	28.795,34	33.114,64	38.081,83
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	219,90	233,05	246,99	261,77	277,42
Custos Fixos e Despesas Fixas	6.364,73	6.745,42	7.148,89	7.576,49	8.029,66
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>6.584,63</b>	<b>6.978,48</b>	<b>7.395,88</b>	<b>7.838,25</b>	<b>8.307,08</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>15.188,78</b>	<b>18.060,95</b>	<b>21.399,46</b>	<b>25.276,39</b>	<b>29.774,75</b>

## Sem personalização do DVD

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	9.130,87	10.500,50	12.075,58	13.886,92	15.969,95
Receitas	9.130,87	10.500,50	12.075,58	13.886,92	15.969,95
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	3.753,44	3.977,94	4.215,87	4.468,04	4.735,29
Custos Fixos e Despesas Fixas	3.867,40	4.098,72	4.343,88	4.603,70	4.879,06
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>7.620,84</b>	<b>8.076,66</b>	<b>8.559,75</b>	<b>9.071,74</b>	<b>9.614,34</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>1.510,04</b>	<b>2.423,84</b>	<b>3.515,83</b>	<b>4.815,18</b>	<b>6.355,61</b>

## Com personalização do DVD

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	14.032,63	16.137,53	18.558,16	21.341,88	24.543,16
Receitas	14.032,63	16.137,53	18.558,16	21.341,88	24.543,16
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	8.484,96	8.992,47	9.530,33	10.100,37	10.704,51
Custos Fixos e Despesas Fixas	3.885,06	4.117,44	4.363,71	4.624,72	4.901,34
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>12.370,02</b>	<b>13.109,91</b>	<b>13.894,05</b>	<b>14.725,09</b>	<b>15.605,84</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>1.662,61</b>	<b>3.027,62</b>	<b>4.664,11</b>	<b>6.616,79</b>	<b>8.937,32</b>

## Formato A 4

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	14.730,66	16.940,26	19.481,30	22.403,49	25.764,02
Receitas	14.730,66	16.940,26	19.481,30	22.403,49	25.764,02
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	5.644,79	5.982,42	6.340,25	6.719,48	7.121,39
Custos Fixos e Despesas Fixas	3.873,03	4.104,69	4.350,21	4.610,40	4.886,17
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>9.517,83</b>	<b>10.087,12</b>	<b>10.690,46</b>	<b>11.329,88</b>	<b>12.007,56</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>5.212,84</b>	<b>6.853,14</b>	<b>8.790,84</b>	<b>11.073,61</b>	<b>13.756,46</b>

## Formato 10/15 cm

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	35.595,60	40.934,94	47.075,18	54.136,45	62.256,92
Receitas	35.595,60	40.934,94	47.075,18	54.136,45	62.256,92
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	24.663,24	26.138,43	27.701,84	29.358,77	31.114,81
Custos Fixos e Despesas Fixas	3.869,50	4.100,95	4.346,24	4.606,20	4.606,20
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>28.532,74</b>	<b>30.239,37</b>	<b>32.048,08</b>	<b>33.964,97</b>	<b>35.721,01</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>7.062,85</b>	<b>10.695,56</b>	<b>15.027,10</b>	<b>20.171,48</b>	<b>26.535,91</b>

## Cartão de visita

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	43.199,41	49.679,32	57.131,22	65.700,90	75.556,04
Receitas	43.199,41	49.679,32	57.131,22	65.700,90	75.556,04
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	12.089,25	12.089,25	12.812,35	13.578,69	14.390,88
Custos Fixos e Despesas Fixas	3.875,13	3.875,13	4.106,92	4.352,56	4.612,90
<b>CUSTO TOTAL</b>	15.964,39	15.964,39	16.919,27	17.931,26	19.003,78
<b>SALDO DE CAIXA</b>	27.235,02	33.714,93	40.211,95	47.769,64	56.552,26

## Pedido pela Internet

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
<b>RECEBIMENTOS</b>	7.196,40	8.275,86	9.517,24	10.944,83	12.586,55
Receitas	7.196,40	8.275,86	9.517,24	10.944,83	12.586,55
<b>PAGAMENTOS</b>					
Custos Variáveis	795,68	843,27	893,71	947,17	1.003,82
Custos Fixos e Despesas Fixas	4.499,84	4.768,99	5.054,23	5.356,54	5.676,93
<b>CUSTO TOTAL</b>	5.295,52	5.612,26	5.947,95	6.303,71	6.680,75
<b>SALDO DE CAIXA</b>	1.900,88	2.663,60	3.569,30	4.641,12	5.905,80



## ANEXO E – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

<b>Tipo de trabalho 1:tratamento de Imagens Tipo I</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 1,22	100%
(-) Custos variáveis	0,01	1%
Margem de contribuição	R\$ 1,21	99%
(-) Despesas gerais	0,91	75%
Lucro	R\$ 0,30	24%
<b>Tipo de trabalho 2:tratamento de Imagens Tipo II</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 2,32	100%
(-) Custos variáveis	0,02	1%
Margem de contribuição	R\$ 2,30	99%
(-) Despesas gerais	0,91	39%
Lucro	R\$ 1,39	60%
<b>Tipo de trabalho 3:Personalização da Imagem</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 3,40	100%
(-) Custos variáveis	0,03	1%
Margem de contribuição	R\$ 3,37	99%
(-) Despesas gerais	1,13	33%
Lucro	R\$ 2,24	152%
<b>Tipo 4:Composição de Imagem mod/profissional</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 8,44	100%
(-) Custos variáveis	0,04	1%
Margem de contribuição	R\$ 8,40	99%
(-) Despesas gerais	1,33	16%
Lucro	R\$ 7,06	84%
<b>Tipo 5:Composição de Imagem modo pessoal</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 1,39	100%
(-) Custos variáveis	0,04	3%
Margem de contribuição	R\$ 1,35	97%
(-) Despesas gerais	1,20	87%
Lucro	R\$ 0,15	11%
<b>Tipo 6:Material Personalizado</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 3,22	100%
(-) Custos variáveis	0,03	1%
Margem de contribuição	R\$ 3,19	99%
(-) Despesas gerais	1,10	34%
Lucro	R\$ 2,09	65%
<b>Sem personalização do DVd</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 2,23	100%
(-) Custos variáveis	0,89	40%
Margem de contribuição	R\$ 1,33	60%
(-) Despesas gerais	6,51	292%
Prejuízo	R\$ (5,18)	-232%
<b>Com personalização do DVd</b>	<b>R\$ U</b>	<b>%</b>
Preço de vendas	R\$ 3,61	100%
(-) Custos variáveis	1,32	37%
Margem de contribuição	R\$ 2,28	63%
(-) Despesas gerais	6,54	181%
Prejuízo	R\$ (4,25)	-118%

<b>Formato A4</b>	R\$ U	%
Preço de vendas	R\$ 3,81	100%
(-) Custos variáveis	1,37	36%
Margem de contribuição	R\$ 2,44	64%
(-) Despesas gerais	6,52	171%
Prejuízo	R\$ (4,08)	-107%
<b>Formato 10/15 cm</b>	R\$ U	%
Preço de vendas	R\$ 1,46	100%
(-) Custos variáveis	1,37	94%
Margem de contribuição	R\$ 0,09	6%
(-) Despesas gerais	2,17	149%
Prejuízo	R\$ (2,08)	-142%
<b>Cartões de visita</b>	R\$ U	%
Preço de vendas	R\$ 1,69	100%
(-) Custos variáveis	0,57	34%
Margem de contribuição	R\$ 1,11	66%
(-) Despesas gerais	0,33	19%
Lucro	R\$ 0,79	47%
<b>Pedido pela Internet</b>	R\$ U	%
Preço de vendas	R\$ 1,07	100%
(-) Custos variáveis	0,14	13%
Margem de contribuição	R\$ 0,94	87%
(-) Despesas gerais	1,83	171%
Prejuízo	R\$ (0,89)	-83%

## ANEXO F – DRE E BALANÇO PROJETADO

### DRE

ANOS	2007	2008	2009	2010	2011
<b>RECEITA BRUTA</b>	<b>265.546,67</b>	<b>305.378,68</b>	<b>351.185,48</b>	<b>403.863,30</b>	<b>464.442,79</b>
(-) Deduções	13.277,33	15.268,93	17.559,27	20.193,16	23.222,14
ISS	13.277,33	15.268,93	17.559,27	20.193,16	23.222,14
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>252.269,34</b>	<b>290.109,74</b>	<b>333.626,20</b>	<b>383.670,13</b>	<b>441.220,65</b>
(-) CPV	76.438,10	81.010,09	85.855,55	90.990,83	96.433,26
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>175.831,24</b>	<b>209.099,65</b>	<b>247.770,65</b>	<b>292.679,31</b>	<b>344.787,39</b>
(-) Despesas	44.899,75	47.533,52	50.324,83	53.283,10	56.418,31
<b>Operacionais</b>	<b>23.694,07</b>	<b>25.059,47</b>	<b>26.506,54</b>	<b>28.040,16</b>	<b>29.665,52</b>
Água /luz /Telefone	1.335,00	1.414,85	1.499,48	1.589,17	1.684,22
Material de limpeza	888,84	942,00	998,35	1.058,06	1.121,35
Secretária e Diarista	17.364,00	18.402,59	19.503,31	20.669,86	21.906,18
Depreciação	446,43	446,43	446,43	446,43	446,43
Aluguel	1.800,00	1.907,66	2.021,77	2.142,69	2.270,86
Manutenção	1.440,00	1.526,13	1.617,41	1.714,16	1.816,68
Amortização	419,80	419,80	419,80	419,80	419,80
<b>Administrativas</b>	<b>21.205,68</b>	<b>22.474,06</b>	<b>23.818,30</b>	<b>25.242,94</b>	<b>26.752,80</b>
Material de Expediente	2.006,76	2.126,79	2.254,00	2.388,82	2.531,70
Marqueting	1.800,00	1.907,66	2.021,77	2.142,69	2.270,86
Internet	610,92	647,46	686,19	727,23	770,73
Honorários Contábeis	9.588,00	10.161,49	10.769,28	11.413,42	12.096,09
Pro Labore	7.200,00	7.630,65	8.087,07	8.570,78	9.083,42
<b>Lucro Operacional</b>	<b>130.931,50</b>	<b>161.566,13</b>	<b>197.445,82</b>	<b>239.396,21</b>	<b>288.369,08</b>
(+/-) Despesas Não Op.	0	0	0	0	0
<b>Lucro Antes do PIS/COFINS</b>	<b>130.931,50</b>	<b>161.566,13</b>	<b>197.445,82</b>	<b>239.396,21</b>	<b>288.369,08</b>
PIS	2.160,37	2.665,84	3.257,86	3.950,04	4.758,09
COFINS	9.950,79	12.279,03	15.005,88	18.194,11	21.916,05
<b>Lucro Antes do CSLL/IR</b>	<b>118.820,33</b>	<b>146.621,26</b>	<b>179.182,08</b>	<b>217.252,06</b>	<b>261.694,94</b>
CSLL	10.693,83	13.195,91	16.126,39	19.552,69	23.552,54
IR	17.823,05	21.993,19	26.877,31	32.587,81	39.254,24
<b>LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>90.303,45</b>	<b>111.432,16</b>	<b>136.178,38</b>	<b>165.111,56</b>	<b>198.888,16</b>

## BALANÇO PARIMONIAL

ANOS	2007	AH	2008	AH	AV	2009	AH	AV	2010	AH	AV	2011	AH	AV
<b>ATIVO</b>														
<b>CIRCULANTE</b>	154.821,25	100%	332.522,54	215%	95%	548.393,86	354%	97%	808.849,46	522%	98%	1.121.306,91	724%	99%
<b>DISPONIBILIDADES</b>	151.648,82	100%	329.350,11	217%	99%	545.221,43	360%	97%	805.677,03	531%	98%	1.118.134,48	737%	98%
Caixa e Banco	151.648,82	100%	329.350,11	217%	94%	545.221,43	360%	97%	805.677,03	531%	98%	1.118.134,48	737%	98%
												-		
<b>ESTOQUES</b>	3.172,43	100%	3.172,43	100%	1%	3.172,43	100%	1%	3.172,43	100%	0%	3.172,43	100%	0%
Matéria Prima	3.005,20	100%	3.005,20	100%	1%	3.005,20	100%	1%	3.005,20	100%	0%	3.005,20	100%	0%
Material de expediente	167,23	100%	167,23	100%	0%	167,23	100%	0%	167,23	100%	0%	167,23	100%	0%
			-											
<b>REALIZÁVEL A L/P</b>	-		-			-			-			-		
			-											
<b>IMOBILIZADO</b>	15.680,06	100%	15.233,64	97%	4%	14.787,21	94%	3%	14.340,79	91%	2%	13.894,36	89%	1%
Móveis e Utensílios	3.097,99	100%	3.097,99	100%	1%	3.097,99	100%	1%	3.097,99	100%	0%	3.097,99	100%	0%
Computadores e Perif.	9.612,50	100%	9.612,50	100%	3%	9.612,50	100%	2%	9.612,50	100%	1%	9.612,50	100%	1%
Computadores e Perif.II	3.416,00		3.416,00	100%	1%	3.416,00	100%	1%	3.416,00	100%	0%	3.416,00	100%	0%
(-) Depreciação Acumulada	(446,43)	100%	(892,85)	200%	0%	(1.339,28)	300%	0%	(1.785,70)	400%	0%	(2.232,13)	500%	0%
			-											
<b>DIFERIDO</b>	1.679,20	100%	1.259,40	75%	0%	839,60	50%	0%	419,80	25%	0%	-	0%	0%
Despesa Pré-Operacionais	100,00	100%	100,00	100%	0%	100,00	100%	0%	100,00	100%	0%	100,00	100%	0%
Legalização	700,00	100%	700,00	100%	0%	700,00	100%	0%	700,00	100%	0%	700,00	100%	0%
Honorários Cont.	799,00	100%	799,00	100%	0%	799,00	100%	0%	799,00	100%	0%	799,00	100%	0%
Despesas - Advogados	500,00	100%	500,00	100%	0%	500,00	100%	0%	500,00	100%	0%	500,00	100%	0%
(-) Amortização Acumulada	(419,80)	100%	(839,60)	200%	0%	(1.259,40)	300%	0%	(1.679,20)	400%	0%	(2.099,00)	500%	0%
			-											
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	172.180,52	100%	349.015,58	203%	100%	564.020,68	328%	100%	823.610,05	478%	100%	1.135.201,27	659%	100%
			-											
<b>PASSIVO</b>														
<b>CIRCULANTE</b>	53.905,38	100%	119.308,28	221%	34%	198.134,99	368%	35%	292.612,80	543%	36%	405.315,87	752%	36%
PIS/COFINS A RECOLHER	12.111,16	100%	27.056,03	223%	8%	45.319,77	374%	8%	67.463,92	557%	8%	94.138,06	777%	8%
CSLL A RECOLHER	10.693,83	100%	23.889,74	223%	7%	40.016,13	374%	7%	59.568,82	557%	7%	83.121,36	777%	7%
IR A RECOLHER	17.823,05	100%	39.816,24	223%	11%	66.693,55	374%	12%	99.281,36	557%	12%	138.535,60	777%	12%
ISS A RECOLHER	13.277,33	100%	28.546,27	215%	8%	46.105,54	347%	8%	66.298,71	499%	8%	89.520,85	674%	8%
			-											
<b>EXIGÍVEL A L/P</b>	-		-			-			-			-		
			-											
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	118.275,14	100%	229.707,30	194%	66%	365.885,68	309%	65%	530.997,25	449%	64%	729.885,40	617%	64%
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	27.971,69	100%	27.971,69	100%	8%	27.971,69	100%	5%	27.971,69	100%	3%	27.971,69	100%	2%
<b>CAPITAL SUBSCRITO</b>	27.971,69	100%	27.971,69	100%	8%	27.971,69	100%	5%	27.971,69	100%	3%	27.971,69	100%	2%
			-		0%									
<b>LUCRO/PREJUÍZOS ACUM.</b>	90.303,45	100%	201.735,61	223%	58%	337.913,99	374%	60%	503.025,56	557%	61%	701.913,71	777%	62%
Lucro Acum.	90.303,45	100%	201.735,61	223%	58%	337.913,99	374%	60%	503.025,56	557%	61%	701.913,71	777%	62%
			-											
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	172.180,52	100%	349.015,58	203%	100%	564.020,68	328%	100%	823.610,05	478%	100%	1.135.201,27	659%	100%

ANOS	2007	AH	2008	AH	AV	2009	AH	AV	2010	AH	AV	2011	AH	AV
<b>ATIVO</b>														
<b>CIRCULANTE</b>	154.821,25	100%	164.081,58	106%	90%	173.895,79	112%	90%	184.297,02	119%	90%	195.320,38	126%	90%
<b>DISPONIBILIDADES</b>	151.648,82	100%	160.719,40	106%	98%	170.332,51	112%	88%	180.520,60	119%	88%	191.318,08	126%	88%
Caixa e Banco	151.648,82	100%	160.719,40	106%	88%	170.332,51	112%	88%	180.520,60	119%	88%	191.318,08	126%	88%
<b>ESTOQUES</b>	3.172,43	100%	3.362,18	106%	2%	3.563,28	112%	2%	3.776,42	119%	2%	4.002,29	126%	2%
Matéria Prima	3.005,20	100%	3.184,95	106%	2%	3.375,45	112%	2%	3.577,35	119%	2%	3.791,32	126%	2%
Material de expediente	167,23	100%	177,23	106%	0%	187,83	112%	0%	199,07	119%	0%	210,98	126%	0%
<b>REALIZÁVEL A L/P</b>	-		-			-			-			-		
<b>IMOBILIZADO</b>	15.680,06	100%	16.617,94	106%	9%	17.611,91	112%	9%	18.665,33	119%	9%	19.781,76	126%	9%
Móveis e Utensílios	3.097,99	100%	3.283,29	106%	2%	3.479,67	112%	2%	3.687,80	119%	2%	3.908,38	126%	2%
Computadores e Perif.	9.612,50	100%	10.187,45	106%	6%	10.796,79	112%	6%	11.442,58	119%	6%	12.127,00	126%	6%
Computadores e Perif. II	3.416,00		3.620,32	106%	2%	3.836,86	112%	2%	4.066,36	119%	2%	4.309,58	126%	2%
(-) Depreciação Acumulada	(446,43)	100%	(473,13)	106%	0%	(501,43)	112%	0%	(531,42)	119%	0%	(563,20)	126%	0%
<b>DIFERIDO</b>	1.679,20	100%	1.779,64	106%	1%	1.886,08	112%	1%	1.998,90	119%	1%	2.118,46	126%	1%
Despesa Pré-Operacionais	100,00	100%	105,98	106%	0%	112,32	112%	0%	119,04	119%	0%	126,16	126%	0%
Legalização	700,00	100%	741,87	106%	0%	786,24	112%	0%	833,27	119%	0%	883,11	126%	0%
Honorários Cont.	799,00	100%	846,79	106%	0%	897,44	112%	0%	951,12	119%	0%	1.008,01	126%	0%
Despesas - Advogados	500,00		529,91	106%	0%	561,60	112%	0%	595,19	119%	0%	630,79	126%	0%
(-) Amortização Acumulada	(419,80)	100%	(444,91)	106%	0%	(471,52)	112%	0%	(499,72)	119%	0%	(529,61)	126%	0%
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	172.180,52	100%	182.479,15	106%	100%	193.393,78	112%	100%	204.961,24	119%	100%	217.220,59	126%	100%
<b>PASSIVO</b>														
<b>CIRCULANTE</b>	53.905,38	100%	57.129,62	106%	31%	60.546,71	112%	31%	64.168,19	119%	31%	68.006,29	126%	31%
PIS/COFINS A RECOLHER	12.111,16	100%	12.835,57	106%	7%	13.603,30	112%	7%	14.416,96	119%	7%	15.279,28	126%	7%
CSLL A RECOLHER	10.693,83	100%	11.333,46	106%	6%	12.011,35	112%	6%	12.729,78	119%	6%	13.491,19	126%	6%
IR A RECOLHER	17.823,05	100%	18.889,10	106%	10%	20.018,91	112%	10%	21.216,30	119%	10%	22.485,32	126%	10%
ISS A RECOLHER	13.277,33	100%	14.071,49	106%	8%	14.913,15	112%	8%	15.805,15	119%	8%	16.750,50	126%	8%
<b>EXIGÍVEL A L/P</b>	-	100%	-			-			-			-		
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	118.275,14	100%	125.349,53	106%	69%	132.847,07	112%	69%	140.793,05	119%	69%	149.214,30	126%	69%
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	27.971,69	100%	29.644,76	106%	16%	31.417,90	112%	16%	33.297,10	119%	16%	35.288,70	126%	16%
<b>CAPITAL SUBSCRITO</b>	27.971,69	100%	29.644,76	106%	16%	31.417,90	112%	16%	33.297,10	119%	16%	35.288,70	126%	16%
<b>LUCRO/PREJUÍZOS ACUM.</b>	90.303,45	100%	95.704,77	106%	52%	101.429,16	112%	52%	107.495,95	119%	52%	113.925,60	126%	52%
Lucro Acum.	90.303,45	100%	95.704,77	106%	52%	101.429,16	112%	52%	107.495,95	119%	52%	113.925,60	126%	52%
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	172.180,52	100%	182.479,15	106%	100%	193.393,78	112%	100%	204.961,24	119%	100%	217.220,59	126%	100%