



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

**TARCIANE DE NAZARÉ SOARES 0101004211
VERA LÚCIA PEREIRA DIAS 0101002511**

**A UTILIZAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS COMO FERRAMENTA
PRINCIPAL PARA MONTAR UMA LOJA DE LINGERIE.**

BELÉM-PA

2006

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

**TARCIANE DE NAZARÉ SOARES - 0101004211
VERA LÚCIA PEREIRA DIAS -0101002511**

**A UTILIZAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS COMO FERRAMENTA
PRINCIPAL PARA MONTAR UMA LOJA DE LINGERIE.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção de média na Disciplina de Administração Financeira do curso de Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Pará (UFPA).
Orientado pelo professor Héber Lavor Moreira

**BELÉM
2006**



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

TARCIANE DE NAZARÉ SOARES 0101004211
VERA LÚCIA PEREIRA DIAS 0101004211

**A UTILIZAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS COMO FERRAMENTA
PRINCIPAL PARA MONTAR UMA LOJA DE LINGERIE.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção de média na Disciplina de Administração Financeira do curso de Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Pará (UFPA).
Orientado pelo professor Héber Lavor Moreira

Avaliado em: ___/___/___	Conceito: _____
Banca Examinadora:	

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira	

Professor:	

Professor:	

BELÉM
2006

VERDADE

**A PORTA DA VERDADE ESTAVA ABERTA,
MAS SÓ DEIXAVA PASSAR
MEIA PESSOA DE CADA VEZ.**

**ASSIM ERA POSSÍVEL ATINGIR TODA A VERDADE,
PORQUE A MEIA PESSOA QUE ENTRAVA
SÓ TRAZIA O PERFIL DE MEIA VERDADE.
E SUA SEGUNDA METADE
VOLTAVA IGUALMENTE COM MEIO PERFIL.
E OS MEIOS PERFIS NÃO COINCIDIAM.**

**ARREBENTARAM A PORTA.
DERRUBARAM A PORTA
CHEGARAM AO LUGAR LUMINOSO
ONDE A VERDADE ESPLENDIA SEUS FOGOS.
ERA DIVIDIDA EM METADES
DIFERENTES UMA DA OUTRA.**

**CHEGOU-SE A DISCUTIR QUAL A METADE MAIS BELA
NENHUMA DAS DUAS ERA TOTALMENTE BELA.
E CARECIA OPTAR. CADA UM OPTOU CONFORME
SEU CAPRICHOS, SUA ILUSÃO, SUA MIOPIA.**

CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE

RESUMO

O trabalho foi elaborado com intuito em apresentar o Plano de Negócio como sendo parte fundamental do processo do empreendedor e não apenas como unidade de um documento indispensável ao empreendedor em busca de recursos financeiros para o empreendedorismo. O Plano de Negócio é muito mais que isso, é uma ferramenta de gestão com múltiplas aplicações.

É muito comum às pessoas lançarem-se no mundo dos negócios por estarem insatisfeitos com o trabalho, ou por realização pessoal etc., sem analisar os riscos de um empreendimento, sem orientação de um plano detalhado, pois somente a paixão, o sonho de realização do negócio não é suficiente para o sucesso do negócio, é necessário analisar a viabilidade deste, determinando os recursos necessários, como consequência do que foi planejado, analisar sua inserção no mercado consumidor e conseqüentemente as possibilidades de lucro.

Para tal é preciso então fazer um levantamento de dados e informações em uma série de órgãos (sindicatos, associações, IBGE, SEBRAE etc.) para saber como se encontra este mercado, quando o futuro empresário terá que vender por mês para não vir a fracassar, e quanto ele poderá retirar por mês de pró-labore, sem prejudicar o bom funcionamento da empresa, quais os impostos a pagar e suas alíquotas e quando guardar de recursos financeiros para fazer frete aos compromissos nos primeiros meses. Enfim, é preciso fazer o planejamento financeiro e da estrutura nova da empresa.

Desse modo, destacamos como objetivo principal deste trabalho a importância da elaboração de um Plano de Negócios, como o planejamento de um conjunto de ações necessárias para implantação de uma sociedade limitada voltada para revenda de confecções de roupas íntima feminina, da área metropolitana de Belém tentando obter todo embasamento necessário para a tomada de decisão desse investimento de forma mais adequada a fim de alcançarmos a otimização de resultado.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO I.....	10
1.1 TÍTULO DO ESTUDO	10
1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO	10
1.2.1 A importância do estudo	10
1.2.2 O que o discente se propõe alcançar em seu estudo	10
1.2.3 O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas.....	10
1.2.4 Delimitação do Estudo.....	11
1.2.5 A Organização do Estudo.....	11
1.3 PÚBLICO ALVO	11
1.4 JUSTIFICATIVA	11
1.5 METODOLOGIA DO ESTUDO	12
CAPÍTULO II.....	14
PLANO DE NEGÓCIOS (BUSINESS PLAN).....	14
2.1 Conceito de Plano de Negócios.....	14
2.2 Importância do Plano de Negócios.....	15
2.3 Objetivos do Plano de Negócios.....	15
2.4 Estrutura do Plano de Negócios	16
CAPÍTULO III.....	17
ESTRUTURA DO NEGÓCIO – SENSUAL LINGERIE LTDA.....	17
3.1 Sumário Executivo	17
3.2 Resumo da Empresa	17
3.2.1 A Empresa.....	17
3.2.2 Localização	18
3.2.3 Estrutura Organizacional Legal.....	18
3.3 Descrição dos Produtos	19
3.3.1 Concorrência.....	19
3.3.2 Necessidades do Mercado	19
3.4 Análise de Mercado	20
3.4.2 Pontos Fracos.....	20
3.5 Estrutura e Gerência do Negócio	21

3.6	Planejamento Financeiro	21
3.6.1	Investimento Inicial	21
3.6.1.1	Capital de Giro.....	22
3.6.1.2	Gastos Pré-operacionais	22
3.6.2	Custos e Despesas Fixas	22
3.6.3	Custos Fixos	23
3.6.2.2	Despesas Fixas.....	23
3.6.2.3	Custos Variáveis	23
3.6.3	Balanço Patrimonial	24
3.6.4	Demonstração do Resultado do Exercício.....	25
3.6.5	Projeção do Fluxo de Caixa	27
3.6.6	Ponto de Equilíbrio.....	27
3.6.7	Margem de Contribuição.....	28
3.6.8	Análise Econômica do Empreendimento	28
3.6.8.1	Valor Presente Líquido.....	28
3.6.8.2	Taxa Interna de Retorno(TIR).....	29
3.6.8.3	Período de Paybak ou Tempo de Retorno do Investimento.....	30
	ANÁLISE DOS RESULTADOS	31
	CONCLUSÃO	32
	BIBLIOGRAFIA	33

INTRODUÇÃO

No Brasil, o conceito de empreendedorismo tem sido bastante difundido, principalmente a partir da década de 90, quando entidades como SEBRAE e SOFTEX foram criadas, sendo o Plano de Negócio, até então desconhecido e ridicularizado pelos empresários.

A análise, o planejamento estratégico e operacional e a capacidade de implementação são elementos essenciais no sucesso de empreendimentos. No entanto, a maior parte dos negócios é concebida sem estes elementos essenciais, pois as pessoas envolvidas nesse processo são em sua maioria pequenos empresários, que não possuem conhecimento sobre gestão de negócios, atuando de forma empírica e sem planejamento.

Um dos grandes motivos que tem contribuído para esse acontecimento foi o aumento do desemprego, em que esses sem alternativas, e aliado ao sonho de serem seus próprios patrões, começam a criar seus próprios negócios, mesmo sem experiência no ramo e até de modo informal.

Contudo, o empreendimento de um negócio não depende só do entusiasmo e de sonho de realização, mas em diversos fatores, como: identificação e avaliação da oportunidade (sem deixá-la passar), no desenvolvimento de um Plano de Negócios, determinar e captar os recursos necessários, e gerenciar a empresa criada (o que não é um trabalho fácil). A falta de planejamento e de análise tem levado ao fracasso de muitos negócios.

No entanto o empreendedor não pode somente ter como meta ganhar dinheiro, mas sim preocupar com a qualidade do produto, a concorrência, a qualificação dos subordinados, e outros itens que são importantes dentro de uma empresa.

Ninguém estabelece um negócio se não tem vontade, aptidão, conhecimento, oportunidades e recursos. Depois de todos esses critérios, o empreendimento

começar a funcionar, é importante que o bom empreendedor busque inovações, procure detectar falhas e com isso busque soluções. O mais importante ainda é aceitar as mudanças, e não ter medo de planejar tudo novamente.

Para isso é necessário munir-se de um bom plano de negócio que auxilie o caminho a ser tomado, para que no futuro consiga vencer todas as turbulências que o mercado impõe.

CAPÍTULO I

1.1 TÍTULO DO ESTUDO

A Utilização de um Plano de Negócios como ferramenta principal para montar uma loja de lingerie.

1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO

1.2.1 A importância do estudo

Destacar a importância do estabelecimento de metas e os meios para concretizá-la, a partir de um Plano de Negócios coerente e atual, para servir de embasamento para planejar as decisões futuras, definindo claramente aonde se pretende chegar, de forma a atuar, antes de iniciar qualquer atividade empresarial.

1.2.2 O que o discente se propõe alcançar em seu estudo

Desenvolver a elaboração de um Plano de Negócios em seus aspectos econômicos e financeiros, acerca da criação e ou desenvolvimento de um empreendimento comercial, para auxiliar na tomada de decisões, minimizando assim os riscos de insucesso.

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

Evidenciar aos empresários futuros investidores, gestores e discentes de áreas afins a importância da análise econômica financeira, através da utilização de técnicas contábeis, como a taxa de retorno dos investimentos, a análise de custos (Ponto de Equilíbrio, Margem de Contribuição, etc.) e outras, a fim de comprovar a eficiência de implementação de um empreendimento, não só no ramo de comércio, mas em qualquer outra atividade.

1.2.4 Delimitação do Estudo

O estudo está voltado á aplicação de um Plano de Negócios para abertura de uma loja de lingerie que atua na região metropolitana de Belém.

1.2.5 A Organização do Estudo

No estudo irá constar:

- a) Capa
- b) Folha de Rosto
- c) Termo de Aprovação
- d) Resumo
- e) Sumário
- f) Conteúdo Contextual: introdução, planejamento metodológicos, fundamentações teóricas, fundamentações teórica.
- g) Conclusão
- h) Bibliografia

1.3 PÚBLICO ALVO

Destina-se ao leitor de qualquer formação ou idade, que tenha o desejo de abrir uma empresa, mesmo que não tenha nenhum conhecimento sobre as necessidades de uma empresa, mas que tenha uma idéia e queira transformá-la em negócios.

1.4 JUSTIFICATIVA

A maior parte dos negócios criado no país é concebido para pequenos empresários. Estes geralmente não possuem conceitos de gestão de negócios, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento, possibilitando o fracasso do empreendimento.

Entendendo melhor como ocorre o processo empreendedor por meio de doação de técnicas e métodos comprovantes eficientes e destinados a auxiliar o

desenvolvimento das pequenas empresas, o empresário terá sucesso e perfil de empreendedor.

1.5 METODOLOGIA DO ESTUDO

O estudo será desenvolvido através de um exemplo do Plano de Negócio para abertura de um empreendimento na região metropolitana de Belém. Constará com a supervisão do professor orientador Héber Lavor Moreira da Disciplina de Administração Financeira, bem como, pesquisas bibliográficas no acervo da Universidade Federal do Pará e internet.

BIBLIOGRAFIA

DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 2ªed. Rio de Janeiro: Editora Campos, 2001.

GUIMARÃES, Marcos Freire. Análise das Demonstrações Financeiras. 5ª ed. Brasília: Editora Vesticon, 2005.

MARTINS, Eliseu, Contabilidade de Custos. 8ªed. São Paulo: Editora Atlas. 2001

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Centro sócio-econômico. Colegiado do Curso de Ciências Contábeis. Roteiro para elaboração do projeto de pesquisa. Disponível em: <http://www.peritocontador.com.br/heber/TccNormas.doc>. Acesso: 19 jan.2006.

http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Monografia_Antonia_Dias.pdf;

<http://empresas.globo.com>;

<http://www.sebrae.com.br>.

<http://kadima.com.br>

<http://sebrae.com.br>

CAPÍTULO II

PLANO DE NEGÓCIOS (BUSINESS PLAN)

2.1 Conceito de Plano de Negócios

O Plano de Negócios é sem dúvida parte fundamental do processo empreendedor. Segundo DORNELAS, é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa, prevendo as situações de risco. Em outras palavras é de um conjunto de informações elaboradas de forma organizada em que são vislumbrados os aspectos importantes de um empreendimento. A principal utilização do Plano de Negócio é como uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de um pequeno empreendimento.

É uma ferramenta de consulta e orientação, que mostra ao empreendedor as metas a serem alcançadas, estratégica traçadas e rumos que o negócio deve tomar para obter um melhor desempenho, potencializando seus resultados. Devendo sintetizar e explorar as potencialidades do negócio em questão, descrevendo as metas a serem alcançadas.

Numa visão mais ampliada, o Plano de Negócios tem as seguintes funções:

- Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnicos, financeiro, jurídico e organizacional.
- Avaliar a evolução do empreendimento ao longo de sua implantação, para cada um dos aspectos definidos no Plano de Negócios, o empreendedor poderá comparar o previsto com realizado.
- Facilitar ao empreendedor, a obtenção de capital de terceiros quanto o seu capital próprio não é suficiente para cobrir os investimentos.

2.2 Importância do Plano de Negócios

O Plano de Negócios pode suprir os gestores da empresa com dados importantes para a tomada de decisão, reduzindo os riscos de fracasso, de maneira que possibilita que se visualizem os objetivos estão sendo alcançados, leva em consideração antecipadamente os fatores que seriam decisivos para a continuidade ou não do negócio, evitando assim que o empreendedor se defronte com tais problemas já com seu negócio em atividade, momento que poderia ser mais difícil, ou mesmo, impossível de resolvê-lo.

O Plano de Negócios deve ser utilizado durante todas as etapas da existência da empresa de modo contínuo, iniciando desde a avaliação da oportunidade, planejamento inicial, avaliação da viabilidade econômico-financeira, início das atividades e mesmo após sua consolidação no mercado. Não podendo então ser descartado depois de atendido um objetivo imediato, devendo estar em constante revisão e atualização para continuar sendo útil a empresa, ou seja, o mesmo nunca pode ser considerado como acabado.

2.3 Objetivos do Plano de Negócios

O Plano de Negócios é um documento escrito que tem o objetivo de estruturar as principais idéias e opções que o empreendedor analisará para decidir quanto à viabilidade da empresa a ser criada. Também é utilizado para a solicitação de empréstimo e financiamento junto a instituições financeiras, bem como para expansão de sua empresa.

O Plano de Negócios costuma ser utilizado com três objetivos básicos: para captação de recursos, como ferramenta de gestão e para medição de resultados:

- **Plano de Negócio para captação de recursos:**

Nota-se que a maioria dos Planos de Negócios são elaborados, principalmente, como ferramenta captadora de recursos. Porém, deve-se levar em consideração que ao se utilizar o Plano de Negócios apenas com esse enfoque, está-se, na verdade, substilizando-o. Pois ele oferece outros benefícios que vão

além da possibilidade de captar recursos. Deve-se enfatizar o que diz respeito às informações financeiras do empreendimento. Portanto, as informações financeiras devem ser expressas de maneira clara e objetiva na forma de projeções realistas, dando origem às metas possíveis de serem alcançadas, como consequência demonstrando capacidade de honrar o financiamento pretendido.

- **Plano de Negócio como ferramenta de gestão**

É peça fundamental para o planejamento estratégico empresarial e para a sua própria sobrevivência, pois através dele pode-se avaliar uma oportunidade a ser explorada: o mercado, a concorrência, definir a estratégia da empresa, determinar a quantidade de recursos necessários, a capacidade de gerar receitas e crescer, entre outras.

- **Plano de Negócios como instrumento de medição de resultados**

Mostra-se bastante útil, em virtude de suas informações poderem servir de base para comparações de resultados em períodos diferentes, podendo ser utilizado para verificar se os objetivos e metas do empreendimento foram alcançados conforme o planejamento, adequando-se de acordo com seus resultados e as novas projeções ajustadas.

2.4 Estrutura do Plano de Negócios

Não existe uma estrutura rígida e específica para escrever um Plano de Negócios, pois cada negócio tem particularidade e semelhança, sendo impossível definir um modelo padrão de Plano de Negócio que seja universal e aplicado a qualquer negócio. Portanto a estrutura da empresa analisada em questão a qual se apresenta:

- Sumário Executivo
- Resumo da empresa
- Descrição dos produtos
- Análise de Mercado
- Planejamentos Financeiros
- Análise Econômica do Empreendimento

CAPÍTULO III

ESTRUTURA DO NEGÓCIO – SENSUAL LINGERIE LTDA

3.1 Sumário Executivo

Este Plano de Negócios foi desenvolvido com objetivo de apresentar os estudos análise de viabilidade da criação de uma loja de lingerie, denominada sensual lingerie, que terá seu foco na venda de roupas intimas feminina.

Inicialmente a Sensual Lingerie pretende vender no varejo e atacado peças que são confeccionadas de acordo com as coleções da franquia e tendências da moda. Em seguida, toda população feminina com idade entre 15 e 60 anos, de médio e alto poder aquisitivo bem como lojas que comercializam marcas representadas pela empresa.

3.2 Resumo da Empresa

3.2.1 A Empresa

A empresa Sensual Lingerie será uma loja que atuará no ramo de confecções de roupas intima feminina oriundos do centro-sul do Brasil, mas precisamente Fortaleza, São Paulo e Belo Horizonte, destinada ao publico feminino com faixa etária entre 15 e 60 anos, visando atender clientela de médio e alto poder aquisitivo da região metropolitana de Belém.

A proposta da loja é vender roupas intimas feminina de lingerie, peças únicas e exclusivas para evitar constrangimento entre as possíveis compradoras. Sendo peças fabricadas com melhor tipo de lingerie existente no mercado, para evitar falhas no tecido ou mesmo para o produto não ser tão grande fragilidade.

3.2.2 Localização

O empreendimento será instalado dentro do Shopping Center Iguatemi, localizado na TV.padre Etíquio, em Belém. A área é propícia para se implantar o negócio, sendo uma região nobre da cidade e fácil circulação do público alvo da loja.

3.2.3 Estrutura Organizacional Legal

Diz respeito às providências a serem tomadas quanto da abertura do empreendimento:

- Registro e arquivamento do ato constitutivo na Junta Comercial do Estado
- Registro na Secretaria da Fazenda do CNPJ, o qual só poderá ser feito mediante o preenchimento de DBE, que exige o nº. NIRE. Da empresa
- Solicitação junto a Secretaria da Fazenda do enquadramento como micro-empresa e no SIMPLES FEDERAL.
- Registro na Fazenda Estadual, para obter Inscrição Estadual e solicitação do enquadramento no ICMS-SIMPLES.
- Registro na prefeitura para solicitar informações sobre as instalações físicas e ALVARÁ.
- Registro no INSS.

A Natureza Jurídica da entidade organizacional será do tipo sociedade LIMITADA, tendo seus atos constitutivos arquivados na Junta Comercial do Estado do Pará, sendo constituída por dois sócios: TARCIANE DE NAZARÉ SOARES E VERA LÚCIA P. DIAS.

A responsabilidade de cada sócio será restrita ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social que será constituída na proporção de 50% para cada sócio.

3.3 Descrição dos Produtos

A qualidade e variedade de produtos é um fator preponderante para chamar a atenção da cliente, por isso à empresa Sensual Lingerie LTDA, dispõe de uma variedade de peças confeccionadas, tais como: Sutiã, calcinhas, camisolas, baby dool, bustier, corselet e calça cinta baixa. Feitas de lingerie, das mais variadas cores e tamanho que permite uma maior beleza as peças, podendo de acordo com o gosto das clientes serem de rendas ou bordadas.

3.3.1 Concorrência

A venda de roupa íntima feminina é um mercado altamente competitivo, trata-se de um produto de suma importância para o público feminino, tem um custo baixo e centros de distribuição em todos os lugares. Todos os meses abrem na faixa de duas a três lojas, nem sempre conseguem se estabilizar no mercado, provavelmente por falta de planejamento, pesquisa de mercado, conhecimento no ramo, ou até mesmo por falta de credibilidade.

Levamos vantagem sobre alguns concorrentes por possuir-nos uma franquia que oferece excelente qualidade dos produtos, tamanhos variados para mulheres acima do peso, mulheres com menor estatura, acima de 50 anos, em fase de amamentação, e possuímos um atendimento personalizado.

3.3.2 Necessidades do Mercado

Visando o sucesso do empreendimento os gestores da empresa Sensual Lingerie Ltda. Empreenderam pesquisa de campo, contando com a colaboração de especialistas e do público em geral.

Após análise realizada constatou-se a necessidade da oferta de roupas íntima feminina de lingerie de excelente qualidade, e que viesse atender mulheres na faixa etária de 15 a 60 anos com tamanhos pp, p, m, g, g.g, ou seja, mulheres com peso normal e acima do peso, sendo de grande ou pequena estatura e em fase de amamentação. Já que o mercado priorizava apenas uma parte do público feminino entre 15 a 35 anos, gerando mercado consumidor garantindo para a empresa satisfação da clientela.

3.4 Análise de Mercado

Um ponto importante é conhecer a característica do público alvo do empreendimento, bem como a necessidade de mercado a ser atendida. No caso da empresa Sensual Lingerie Ltda. foi detectado na região uma deficiência quanto à qualidade do lingerie, o tamanho das peças, o atendimento a mulheres com 60 anos e em fase de amamentação, sendo que a maioria dos concorrentes locais direciona seu atendimento ao público jovem com tamanho único, facilitando assim um bom desempenho do empreendimento.

3.4.1 Pontos Fortes

- Loja situada num ponto estratégico, onde tem um grande público em circulação a sua volta.
- Oferecemos peças com tamanhos variados, de acordo com a estatura, peso e idade das clientes.
- Oferecemos peças exclusivas para mulheres em fase de amamentação e para mulheres com mais de 50 anos permitindo que a cliente fique à vontade e perguntar sobre as peças de seu interesse.
- Funcionários treinados para que o mesmo possa oferecer melhor qualidade de serviço e satisfazer as necessidades de nossas clientes, para que esta sinta “prazer” no ato da sua compra.
- Parcelamos no cartão de crédito.

3.4.2 Pontos Fracos

- A loja possui um espaço muito pequeno, onde os produtos não ficam expostos de maneira adequada.
- A competitividade de lojas já existentes no mercado é muito grande e os produtos são encontrados por preços menores.

3.5 Estrutura e Gerência do Negócio

Estrutura e gerência do negócio significa dizer a maneira como a empresa como a empresa vai funcionar, ou seja, como vai ser sua organização para atingir seus objetivos traçados.

A empresa vai iniciar com dois departamentos: Administração e Finanças, quem vai cuidar da parte administrativa e financeira da empresa e o Departamento Comercial que se encarregará da área comercial da entidade.

A estrutura funcional da empresa Sensual Lingerie Ltda. terá como dirigentes os dois sócios proprietários (TARCIANE DE NAZARÉ SOARES E VERA LÚCIA PEREIRA DIAS) que receberão pró-labore de igual valor, sendo que os sócios serão responsáveis por todas as tomadas do processo decisório centralizado organizacional, sendo também a empresa composta de 02 vendedores com uma estrutura organizacional inicial simples.

3.6 Planejamento Financeiro

Significa a análise em termos de toda movimentação do empreendimento, ou seja, é a qualificação dos gastos, custos e despesas incorridas na execução do negócio. Corresponde quanto à empresa possui para operar no mercado em termos de ativos disponíveis e a realizar em curto prazo, serão provenientes de economias pessoais do empreendedor e capital de terceiros.

3.6.1 Investimento Inicial

O investimento inicial da empresa gira em torno de R\$ 22.077,00 (Vinte dois mil e setenta e sete reais). Conforme o orçamento abaixo.

Descrição	Unidade	R\$	Total
Caixa			5.000,00
Estoques			8.797,00
Material de expediente			250,00
Microcomputador	1	1.400,00	1.400,00
Impressora laser	1	400,00	400,00
Aparelho de ar condicionado	1	600,00	600,00
Telefone	1	60,00	60,00
Balcão	2	150,00	300,00
Cabides	30	35,00	1.050,00
Cruzetas	80	1,00	80,00
Manequins	4	100,00	400,00
Cadeira	2	80,00	160,00
Espelho	2	90,00	180,00
Bebedouro	1	350,00	350,00
Vitrines	3	400,00	1.200,00
Armário	2	150,00	300,00
Total	130	R\$ 3.816,00	20.527,00

3.6.1.1 Capital de Giro

Esta necessidade de Capital de Giro representa em montante o ciclo financeiro. O futuro empresário terá que possuir recursos para cobrir as despesas com registro legalização da empresa.

No caso específico do nosso empreendimento o capital de giro será em torno de R\$ 1.550,00 (Mil quinhentos e cinquenta reais).

3.6.1.2 Gastos Pré-operacionais

Despesas Pré-operacionais	R\$	1.550,00
Constituição da empresa	R\$	450,00
Honorários do contador	R\$	200,00
Reforma da loja	R\$	900,00

3.6.2 Custos e Despesas Fixas

Os custos e despesas fixas orçadas no início do empreendimento foram;

3.6.3 Custos Fixos

Os custos fixos são aqueles 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.

Custos Fixos	Unidade	R\$	370,48
Linha telefônica	1	50,00	50,00
Energia		200,00	200,00
Amortização			12,92
Depreciação			107,57

3.6.2.2 Despesas Fixas

Despesas Fixas			R\$	4.226,10
Aluguel			R\$	300,00
Pró-labore	2	850,00	R\$	2.184,50
Salário	2	400,00	R\$	800,00
Encargos Sociais			R\$	351,60
Despesas com Marketing			R\$	150,00
Contador	1		R\$	300,00
Provedor internet			R\$	90,00
Material de limpeza			R\$	50,00

3.6.2.3 Custos Variáveis

São os custos que tem seu valor determinado em função de oscilações na atividade da empresa, variam em proporção direta com o volume da atividade.

No caso da empresa em estudo, o volume de atividade é as vendas, e não a produção como é usual nas indústrias. Por isso dentro de uma perspectiva de operacionalização da empresa foram consideradas as embalagens, o custo de aquisição da mercadoria comercializada pela empresa, e o frete. Pois quanto mais a empresa vender, mais mercadoria terá que comprar para repor o estoque, e com isso terá que pagar o frete utilizado na entrega das mercadorias.

Custos Variáveis			R\$	9.375,80
Sutiã básico	50	R\$	8,00	R\$ 400,00
Sutiã meia taça	45	R\$	13,00	R\$ 585,00
Sutiã c/silicone e renda	40	R\$	19,00	R\$ 760,00
Sutiã para lactante	35	R\$	20,00	R\$ 700,00
Sutiã para senhora	35	R\$	18,00	R\$ 630,00
Calcinha de renda	50	R\$	9,00	R\$ 450,00
Calcinha com renda	50	R\$	12,00	R\$ 600,00
Calça cinta baixa	41	R\$	22,00	R\$ 902,00
Camisola	50	R\$	23,00	R\$ 1.150,00
Baby dool	50	R\$	20,00	R\$ 1.000,00
Bustier	30	R\$	15,00	R\$ 450,00
Bustier	30	R\$	15,00	R\$ 450,00
Corselet	30	R\$	24,00	R\$ 720,00
Embalagem	536	R\$	0,80	R\$ 428,80
Frete				R\$ 150,00

3.6.3 Balanço Patrimonial

O Balanço Patrimonial é a denominação financeira que evidência resumidamente a situação do patrimônio da entidade, qualitativamente.

No Balanço Patrimonial as contas são classificadas de acordo com o patrimônio das entidades, divididas em Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido. Essa divisão visa facilitar o conhecimento e a análise da situação financeira da companhia.

O Balanço Patrimonial inicial foi projetado a partir do plano de investimento, onde foi orçada, a preço de mercado, a matéria-prima para elaborar os produtos, como também, os móveis e utensílios e as despesas de organização necessárias para estruturar o início do empreendimento.

Ativo		Passivo	
Circulante	14.047,00	Circulante	
Caixa	5.000,00		
Estoques	8.797,00		
Material de Expediente	250,00		
Permanente	8.030,00	Patrimônio líquido	22.077,00
Imobilizado	7.380,00		
Moveis e utensílios	4.680,00		
Computadores e periféricos	1.800,00	Capital	22.077,00
Reforma do imóvel	900,00		
Diferido	650,00		
Despesa de organização	650,00		
(-) Amortização acumulada			
Total Ativo	R\$ 22.077,00	Total Passivo	R\$ 22.077,00

3.6.4 Demonstração do Resultado do Exercício

A Demonstração do Resultado do Exercício, também conhecida como DRE é o tipo de demonstração financeira prevista pela lei 6404/76, onde pode verificar o resultado da empresa no desenvolvimento de suas atividades durante um determinado período, tal período é geralmente igual a um ano. Segundo Ribeiro (2001, p.66) “A Demonstração do Resultado do Exercício é um relatório contábil que evidencia a situação econômica da entidade”.

Para elaborar a projeção da Demonstração do Exercício da empresa Sensual Lingerie Ltda. considerando-nos 12(doze) primeiros meses de atividade, o preço de venda do produto foi calculado com margem de lucro de 45% no primeiro ano.

A Demonstração é mensal baseada em um volume estimado de venda de 422 peças mensais, já que se trata de uma loja varejista e atacadista.

Produtos	Unid.mês	Preço de Venda	CV Unit.	Receita mensal	CV mensal
Sutiã básico	45	25,65	9,07	1.154,17	408,27
Sutiã meia taça	40	39,01	13,00	1.560,57	520,00
Sutiã c/silic.e renda	38	55,14	20,14	2.095,36	765,35
Sutiã para lactante	30	58,21	20,00	1.746,19	600,00
Sutiã para senhora	30	52,94	19,19	1.588,29	575,69
Calcinha com renda	49	28,22	10,07	1.382,68	493,56
Calça cinta baixa	40	62,96	22,00	2.518,47	880,00
Camisola	49	65,06	23,00	3.187,95	1.127,00
Baby dool	49	57,17	21,07	2.801,10	1.032,56
Bustier	25	45,63	16,25	1.140,66	406,36
Corselet	27	69,31	25,25	1.871,39	681,87
Total	422	559,30	199,06	21.046,83	7.490,68

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO-DRE

Receita Bruta de Vendas	R\$ 21.046,83
(-) Deduções	R\$ 4.630,30
ICMS	R\$ 3.577,96
SIMPLES	R\$ 1.052,34
Receita Operacional Líquida	R\$ 16.416,53
Custos Operacionais	
(-) Custos do Período	7.490,68
Lucro Operacional Bruto	R\$ 8.925,85
Despesas Operacionais	R\$ 4.596,58
(-) Despesas	R\$ 4.596,58
Lucro Operacional	R\$ 4.329,26
Lucro Líquido	R\$ 4.329,26

3.6.5 Projeção do Fluxo de Caixa

É o tipo de demonstração que visa relatar o fluxo de entrada de caixa que corresponde a encaixes de dinheiro e de saída de caixa que são os desembolsos de recursos financeiros de um negócio em um determinado período de tempo, tendo como objetivo chegar ao saldo líquido de caixa. Esta ferramenta pode ser utilizada por pessoas num modelo mais simples, por apresentar um número menor de itens a controlar e por empresas que a utiliza de maneira mais complexo devido seu número maior de itens.

De acordo com a empresa Sensual Lingerie Ltda.no primeiro ano de atividade da empresa, considerou-se a projeção de caixa um acréscimo de 10% ao ano no volume de vendas e também um IGPDÍ-Índice geral de preço acumulado em 1,16% no primeiro ano de operação da empresa, para corrigir os custos e despesas variáveis da prestação do serviço a cada ano.

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Faturamento	282.618,17	310.879,99	341.967,99	376.164,78	413.781,26
Custos/Disp.Variavel	131.752,91	133.282,95	134.830,77	136.396,56	137.980,53
Custos Fixos	5.525,82	5.589,99	5.654,90	5.720,57	5.787,01
Entrada de Mercadorias	93.969,77	95.061,05	96.164,99	97.281,75	98.411,49
Custo Total	231.248,50	233.933,99	236.650,66	239.398,89	242.179,03
Saldo de caixa	51.369,67	76.946,00	105.317,32	136.765,90	171.602,24

3.6.6 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio é uma ferramenta de grande utilidade para gestão de um empreendimento, pois através dele o gestor pode perceber o momento exato que o negócio passa a dar lucro. MARTINS (2001), “O Ponto de equilíbrio (também denominado de Ponto de Ruptura – Break-even Point) nasce da conjunção dos custos totais com as receitas totais”.

É o ponto no qual não há lucro nem prejuízo, e pode ser definido tanto em unidade produzidas, vendas quanto em reais.

Através da análise desta ferramenta, verificamos que o momento em que a empresa equilibra as receitas com os custos e despesa é em média na venda das 27ª unidades, em termos de valores isso representa a partir de faturamento de R\$ 692, 55, sendo que a partir deste momento a empresa começa a formar lucro.

3.6.7 Margem de Contribuição

A Margem de Contribuição por unidade é a diferença entre a receita e custo variável de cada produto, é o valor que cada unidade efetivamente traz á empresa de sobra entre a receita e o custo que de fato este produto provocou e lhe pode ser imputado sem erro.

No caso da empresa Lingerie Ltda.foi calculado a margem de contribuição para cada produto, verificando que cada item vendido baseado na média de preço aplicada pela empresa contribuiu para o lucro liquido de 62%.

3.6.8 Análise Econômica do Empreendimento

3.6.8.1 Valor Presente Liquido

O Valor Presente Liquido (VPL) ou Net Present Value (NPV) é uma das ferramentas mais eficazes e mais usadas para avaliar investimentos de capital. Segundo BANGS (2000), define o VPL como “Reflete a riqueza em valores monetários do investimento medida pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e valor presente das saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto”.

Fazendo uma análise clara desta ferramenta, chega-se a conclusão de que quando o VPL for maior ou igual a zero, dentro do período analisado, quer dizer que depois de devolver aos investidores seu capital aplicado no negócio, atualizado a taxa considerada, restou em caixa aquele montante que é justamente o VPL, ou

seja, o Valor Presente Líquido nada mais é que o valor criado pelas atividades do negócio.

O VPL é representado pela seguinte fórmula:

VPL =	Fn
	(1+i)ⁿ - INV

Os resultados da empresa Sensual Lingerie Ltda. demonstra que o valor das entradas é sempre maior que o valor das saídas de caixa, ou seja, depois de devolver R\$ 22.077,00 de capital investido, o negócio conseguiu restar em caixa, demonstrando que o empreendimento é lucrativo.

3.6.8.2 Taxa Interna de Retorno (TIR)

É o percentual de retorno obtido sobre o investimento inicial do empreendedor e ainda não recuperado. Matematicamente, a Taxa de Investimento de Retorno é a taxa de juros que torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor investido inicialmente no projeto.

Fazendo uma análise melhor desta ferramenta, pode-se considerar uma TIR perfeita quando ela for maior ou igual à taxa de juros vigente no mercado, isto mostra que o empreendimento é viável e que seu retorno será igual ou acima do mercado.

A TIR é representada pela seguinte fórmula:

Taxa de Retorno Contábil =	Fluxo de Caixa
	Investimento

A Taxa de Retorno Interno da empresa Sensual Lingerie em análise foi de 276%, demonstrando que este empreendimento é economicamente viável, pois tem um retorno acima do retorno do mercado que está previsto para 10% ao ano.

3.6.8.3 Período de Paybak ou Tempo d e Retorno do Investimento

É o prazo de tempo no qual o investimento inicial será recuperado por meio dos fluxos de caixa positivos gerado pelo negócio, e é encontrado entre o valor do investimento e o fluxo de caixa do projeto.

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

O Payback é representado pela seguinte fórmula:

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

Indicadores de Rentabilidade

Ano	Taxa de Retorno ao ano	Payback em ano	Dias
0			
1	233%	0,43	157
2	349%	0,29	105
3	477%	0,21	77
4	619%	0,16	365
5	1097%	0,09	33

$$\text{VPL} = 373.752,70$$

$$\text{TIR} = 276\%$$

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Observando-se as projeções feitas para os cinco períodos, os indicadores de rentabilidade e a Demonstração do Resultado do Exercício, pode-se concluir:

- 1) Caso a Taxa de Retorno Contábil do Investimento venha se confirmar no decorrer dos 5 anos, será suficiente para retornar o investimento a partir do final do primeiro ano de funcionamento da empresa.
- 2) O VPL investido de R\$ 22.077,00 corresponderá a 373.752,00 cinco anos depois com uma taxa desejada de 10% ao ano, significando que o investimento é economicamente atrativo, ou seja, o retorno obtido foi maior que o previsto, mostrando que o empreendimento tem boas chances de sucesso;
- 3) Caso a TIR seja superior a taxa de retorno desejada pelo empreendedor, o projeto tem boas chances de sucesso. Nesse caso, como a taxa pretendida é de 10% e a TIR é de 276%, o empreendimento é considerável viável.
- 4) Analisando-se o Payback, nota-se, que a partir das entradas de caixa, a empresa recuperará seu investimento inicial em pouco menos de um ano.

CONCLUSÃO

Com a realização deste trabalho, identificou-se a importância do conhecimento contábil e principalmente a relevância dos custos de um empreendimento. É nesse conhecimento que possibilita, aliado a análise de outros indicadores exibir um panorama mais específico as pessoas que necessitem de informações dessa natureza para tomada de decisão. Devido a essa necessidade, mostra-se imprescindível a atuação do profissional contábil na elaboração do Plano de Negócios.

Diante do estudo, por exemplo, confirmou-se a importância da escolha do ramo do negócio, as possibilidades oferecidas por este, ou seja, conhecer o mercado para saber se há sustentabilidade do negócio, ou se é só mais um caso de sazonalidade no mercado.

Verificou-se, portanto, a elaboração do Plano de Negócio da viabilidade econômica de uma loja de revenda de confecções de roupas íntima feminina na área metropolitana de Belém. Com vista a indicar ao futuro investidor se haverá retorno do recurso investido, assim como o prazo necessário para que isso ocorra.

Portanto, o contador deve estar sempre atualizado e buscando aprimorar seus conhecimentos na gestão de qualquer negócio.

BIBLIOGRÁFIA

BANGS JR, David H. Guia Prático - Planejamento de Negócio. São Paulo: Nobel 2000;

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. Estudo da Viabilidade Econômica e Financeira de uma Micro-empresa na Região Metropolitana de Belém Sobre a Ótica do Plano de Negócios. Belém, jan.2004. Disponível em <http://www.peritocontador.com.br>.

DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo: Transformando idéias em Negócios. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campos, 2001;

FACHIN, Fundamentos de Metodologia. 3ªed. São Paulo: Editora Saraiva 2001;

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 8ªed. São Paulo: Atlas, 2001;

MATARAZZO, Dante C. Análise Financeira de Balanços. 5ªed. São Paulo: Atlas 1998;

RIBEIRO, Osni Moura. Estrutura e Análise de Balanços. 6ªed. São Paulo: Saraiva 1999.