



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

**ÍTALO MARCELL DA SILVA NASCIMENTO
MARCOS ROBERTO PEREIRA CORREA**

**04117000701
04117001901**

**ESTUDO DA IMPLEMENTAÇÃO DE UMA SORVETERIA NA CATEGORIA DE
EMPRESA LTDA NA CIDADE DE BELÉM SOB A ÓTICA DO PLANO DE
NEGÓCIOS.**

**BELÉM
2008**



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

**ÍTALO MARCELL DA SILVA NASCIMENTO
MARCOS ROBERTO PEREIRA CORREA**

**04117000701
04117001901**

**ESTUDO DA IMPLEMENTAÇÃO DE UMA SORVETERIA NA CATEGORIA DE
EMPRESA LTDA NA CIDADE DE BELÉM SOB A ÓTICA DO PLANO DE
NEGÓCIOS.**

Trabalho apresentado ao Curso de Graduação em
Ciências Contábeis como requisito parcial para obtenção
de aprovação na disciplina Administração Financeira e
Orçamento Empresarial.

Professor Orientador: Héber Lavor Moreira

Aprovação em: _____

Conceito: _____

**BELÉM
2008**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
1 – TÍTULO DO ESTUDO.....	4
2 – OBJETIVOS DO ESTUDO.....	4
2.1 – A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO	4
2.2 – CONTRIBUIÇÕES TÉCNICAS E/OU CIENTÍFICAS DO ESTUDO.....	4
2.3 – DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	4
3 – JUSTIFICATIVA	5
4 – METODOLOGIAS DO ESTUDO	5
5 – BIBLIOGRAFIA	5
PLANO DE NEGÓCIO.....	6
1 - PROSPECTO ELUCIDATIVO	6
1.1 - SUMÁRIO PARA DECISÃO.....	6
1.2 - OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS	6
1.3 - POTENCIALIDADES DA EMPRESA	6
1.4 – ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO	7
1.5 – RECURSOS NECESSÁRIOS	7
1.6 – BENEFÍCIOS ESPERADOS	8
1.7 – NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO.....	8
1.8 – LOCALIZAÇÃO	9
2 – ANÁLISE DO MERCADO.....	9
2.1 – DADOS HISTÓRICOS	9
2.2 – PRODUTOS	10
2.3 – MERCADO	10
2.4 – CLIENTES.....	11
2.5 – POSIÇÃO TECNOLÓGICA.....	11
2.6 – DEFINIÇÃO DE PREÇO.....	11
2.7-PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS	12
2.8 - BASE DE COMPETIÇÃO.....	12
2.9 - FATORES CHAVES PARA O SUCESSO	13
3 – ADMINISTRADORES DA EMPRESA	13
3.1 – SÓCIOS E SUAS FUNÇÕES	13
3.2 – COLABORADORES	13
4 – PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	14
4.1 – BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA.....	14
4.2 – QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS.....	14
4.3 – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO.....	15
4.4 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	16
4.5 – PONTO DE EQUILÍBRIO	17
4.6 – FLUXO DE CAIXA	18
4.6.1 – PROJEÇÃO DE VENDAS.....	18
4.7 – VALOR PRESENTE LÍQUIDO	19
4.7.1 – TAXA INTERNA DE RETORNO.....	20
4.7.2 – PERÍODO DE PAYBACK.....	21
4.7.3 – BALANÇO PATRIMONIAL FINAL.....	21
4.8 – BIBLIOGRAFIA	23

INTRODUÇÃO

O sucesso de um empreendimento depende sem dúvida de um planejamento bem feito, as chances de uma organização fracassar superam em grande número as de se obter sucesso devido muitos empreendimentos estarem eclodindo apenas no entusiasmo, improvisação e na ingenuidade de se sentir capaz de gerir um empreendimento, sem um maior entendimento do que seja montar e administrar um negócio. O plano de negócios está cada vez mais, tornando-se a principal arma de gestão que um empresário pode utilizar visando o sucesso de seu empreendimento. O estudo do Plano de Negócios não é recente, porém não é bem utilizado. Numa primeira fase a pesquisa fixou-se, sobretudo no desenvolvimento do planejamento, e depois aplicabilidade no empreendimento. Porém hoje, o estudo ultrapassa o problema de um empreendedor querer iniciar um negócio sem primeiramente traçar metas ou simplesmente verificar se o empreendimento é viável ou não. Como por exemplo, alguém resolve montar uma sorveteria na Antártica, sendo muito provável então que as vendas não “decolem”, mas se for feito um estudo de viabilidade do negócio provavelmente perceberia com antecedência que naquele local não seria possível tal empreendimento.

O trabalho em questão visa orientar, quanto ao desenvolvimento de um planejamento de uma sorveteria. Para quem quer montar seu próprio negócio e não pretende fazer grandes investimentos, este tipo de empreendimento pode ser considerada uma boa idéia, pois necessita de um pequeno capital inicial.

Este estudo busca demonstrar se o empreendimento é viável economicamente, para que as pessoas que optarem em montar seu próprio negócio o utilizem como suporte e possam empreender com segurança e, conseqüentemente, tenha como referência nessa caminhada ao sucesso.

1 – TÍTULO DO ESTUDO

Estudo da implementação de uma sorveteria na categoria de empresa Ltda na cidade de Belém sob a ótica do Plano de Negócios.

2 – OBJETIVOS DO ESTUDO

2.1 – A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO

O planejamento é de extrema importância para que uma empresa se desenvolva de forma saudável, pela própria filosofia da empresa onde os conhecimentos de mercado e do ramo de atividade são de vital influência para seu modelo de gestão, tendo a devida cautela no momento de tomadas de decisões que certamente repercutiram no organismo da instituição no presente terão efeitos futuros.

Na busca de uma melhor forma de gerenciamento adotaremos o plano de negócios que demonstrará a viabilidade econômico-financeira do empreendimento, a fim de mensurar os resultados futuros almejados, além evitar ações impensadas que possam comprometer o empreendimento.

2.2 – CONTRIBUIÇÕES TÉCNICAS E/OU CIENTÍFICAS DO ESTUDO

Demonstrar a importância da elaboração e execução de um plano de negócios na constituição de um empreendimento, evidenciando oportunidades e riscos para o ramo da atividade a ser desenvolvida.

2.3 – DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Este trabalho demonstrará a elaboração de um plano de negócios de uma sorveteria, localizada na cidade de Belém, evidenciando qual a viabilidade econômico-financeira do negócio.

3 – JUSTIFICATIVA

Considerando o alto índice de mortalidade das empresas no primeiro ano de atividade vemos a necessidade de buscar fatos que contribuem para esta realidade. Assim, nos deparamos com a falta de informação aliada ao mau planejamento como fatores decisivos para a fragilidade dessas empresas. Ao empresário não basta ter apenas capital para sua empresa ter continuidade, mais também um vasto conhecimento de mercado, assim como do ramo de atividade a ser seguido.

4 – METODOLOGIAS DO ESTUDO

O estudo será desenvolvido partindo das aulas do professor orientador.

A pesquisa será feita nos acervos da Universidade Federal do Pará e em outras instituições de ensino superior de Belém, internet, etc.

A pesquisa de campo será obtida por meio de entrevistas com donos de sorveterias e atividades afins.

5 – BIBLIOGRAFIA

MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custos*. São Paulo: Atlas 2006

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Contabilidade*. Ed. Saraiva 2003

PLANO DE NEGÓCIO

1 - PROSPECTO ELUCIDATIVO

1.1 - SUMÁRIO PARA DECISÃO

Para abertura de qualquer empresa são necessários alguns procedimentos obrigatórios que sua regularização junto a órgãos competentes, vejamos quais são eles:

- Registro na Junta Comercial do Estado – JUCEPA;
- Registro na Receita Federal (inscrição no CNPJ);
- Registro na Secretaria Estadual da Fazenda;
- Registro na Prefeitura (obtenção do Alvará de Funcionamento);
- Registro no Sindicato Patronal;
- Cadastramento Junto a Caixa Econômica Federal (Conectividade Social)

Além desses registros deve-se procurar a prefeitura e agendar uma inspeção na qual serão avaliadas as condições do local e conseqüentemente a emissão das certidões negativas que couberem. O empreendimento estará sujeito a fiscalização sanitária e de produto.

1.2 - OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS

Este ramo é bastante promissor, o que é facilmente demonstrado através do faturamento anual, que em 2006 atingiu US\$ 886 milhões superando o de 2005 US\$ 805 milhões.

Fato que nos revela um mercado abrangente e muito concorrido, o que nos leva a implementar atrativos para buscar novos clientes. Como inovações ofereceremos lanches e sucos, além de disponibilizar livros e revistas para o entretenimento dos usuários.

1.3 - POTENCIALIDADES DA EMPRESA

Por se considerar um alimento nutritivo e saudável, o sorvete pode ser consumido por todas as pessoas de todas as idades. E para seduzir a clientela, o empreendimento deve

ser instalado nas proximidades de ambientes de grande fluxo de pessoas, como: escolas, shoppings, centros comerciais e etc.

Além dos sabores regionais, já consagrados no gosto do povo paraense, oferecemos os sabores mais apreciados no Brasil e no mundo.

1.4 – ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO

Como principal estratégia destacaremos a apresentação do produto de forma inovadora, no qual serão expostos em cilindros transparentes no freezer expositor, para atrair a atenção dos clientes.

A agilidade no atendimento, também é um forte ponto estratégico, onde a satisfação do cliente deve ser a meta dos atendentes.

1.5 – RECURSOS NECESSÁRIOS

Há a necessidade de alguns componentes essenciais para a implementação do negócio, como: espaço físico, recursos necessários para legalização, mão-de-obra, equipamentos e matéria-prima.(ver tabela)

PLANO DE INVESTIMENTO				
INVESTIMENTO INICIAL				34.800,00
ITENS	DESCRIÇÃO	V.UNITÁRIO	QUANT.	V.TOTAL
Disponibilidades				5.000,00
1	Caixa			2.000,00
2	Banco			3.000,00
Matéria-prima em estoque				3.000,00
	Insumos para fabricação de sorvetes			3.000,00
Despesas Variáveis				200,00
	Materiais para embalagens			200,00
Investimento para Imobilização				25.000,00
1	BALANÇA	620,00	1	620,00
2	FREEZER ARMAZENADOR	5.000,00	1	5.000,00
3	FREEZER EXPOSITOR	5.500,00	1	5.500,00
4	LIQUIDIFICADOR INDUSTRIAL	1.500,00	1	1.500,00
5	FOGÃO A GÁS SEMI-	600,00	1	600,00

	INDUSTRIAL			
6	UTENSÍLIOS	1.800,00	1	1.800,00
7	IMPRESSORA FISCAL	600,00	2	1.200,00
8	BALCÃO E MESAS	5.200,00	1	5.200,00
9	COMPUTADOR	1.350,00	1	1.350,00
10	IMPRESSORA JATO DE TINTA	400,00	1	400,00
11	CONDICIONADOR DE AR	1.400,00	1	1.400,00
12	CADEIRAS ESTOFADAS GIRATÓRIA	90,00	2	180,00
13	ARMÁRIO DE AÇO	250,00	1	250,00
Despesas Pré-operacionais				1.800,00
1	DESPESA COM LEGALIZAÇÃO	800,00	1	800,00
2	CONSULTORIA CONTÁBIL	700,00	1	700,00
3	HONORÁRIO DE ADVOGADO	300,00	1	300,00

1.6 – BENEFÍCIOS ESPERADOS

Além de visarmos o lucro, estamos focalizando uma revolução no ramo de sorveteria, inovando na área de exposição, marketing, conforto e bom atendimento, querendo atingir todas as categorias de clientes, e em um curto espaço de tempo abrir uma nova loja na cidade, formando assim uma rede de lojas na região e a longo prazo no país.

1.7 – NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

A empresa precisa disponibilizar um montante financeiro para garantir a dinâmica do processo de negócio, este recurso é disponibilizado para minimizar o impacto das alterações eventuais no ambiente de negócio inerentes ao ramo que a empresa atua.

O capital de giro desta empresa será calculado com base nas despesas referentes à legalização e custos totais do empreendimento.

CAPITAL DE GIRO	
Despesas com legalização	R\$ 800,00
Custos Totais	R\$ 4.290,00
Total	R\$ 5.090,00

1.8 – LOCALIZAÇÃO

A empresa esta situada próximo a Praça Batista Campos, na Avenida dos Mundurucus, nº 2342 – Batista Campos na cidade de Belém do Pará. E conta como um ótimo fluxo de pessoas que freqüentam a praça.

2 – ANÁLISE DO MERCADO

2.1 – DADOS HISTÓRICOS

O sorvete é literalmente um negócio da China, pois foi lá que há três mil anos que os chineses misturavam neve com suco de frutas, o que deu origem ao saboroso gelado.

Em 1.292 o italiano Marco Polo trouxe para Veneza as receitas que aprendera no extremo oriente, e a partir daí o sorvete se alastrou por toda a Europa, tornando o seu preparo uma verdadeira arte.

Foi no ano de 1834 que ele chegou ao Brasil, em um navio norte-americano carregado com 217 toneladas de gelo, comprado por dois comerciantes do Rio de Janeiro, que iniciaram a fabricação de sucos e sorvetes. Num país tropical o sorvete ganhou charme, com a mistura de Frutas como a pitanga, coco e o abacaxi, jamais vistas em outros lugares. Consta que o Imperador Dom Pedro II não podia resistir ao sorvete de Pitanga nas tardes de verão com a Imperatriz, na sorveteria de Antônio Fracione.

A primeira empresa a produzir sorvetes em escala industrial no Brasil foi a Kibon, em 1941, no Rio, graças a Ulisses Harkson que trouxe da China o maquinário e o pessoal treinado na fabricação da delícia gelada. Em 1971 o monopólio foi quebrado com a inauguração da Gelato, do grupo UNILEVER, hoje dono da Kibon, mas felizmente foram criadas inúmeras fábricas e marcas, desde as totalmente industriais até as caseiras, entre estes o seu delicioso e exclusivo SORVETE BALI, com seu gelado feito com os mais puros e seletos ingredientes, totalmente pasteurizado, na mais rígida tradição italiana, com técnicas e equipamentos de última geração, e com o carinho e zelo artesanal.

2.2 – PRODUTOS

PRODUTO	P DE VENDA UND
SORVETE DE CASQUINHA	2,50
SORVETE CASCÃO	3,50
SORVETE COPINHO	2,50
BANANA SPLIT	5,00
TAÇA ESTUDANTIL	7,00
SUNDAE	3,50
MILK SHAKE	4,00
SANDUICHES	3,00
VITAMINAS	2,00
SUCOS DIVERSOS	1,50
REFRIGERANTES	2,00
ÁGUA MINERAL	1,00

2.3 – MERCADO

Num país de dimensões continentais como é o Brasil, e com diferenças acentuadas de clima passando pelo calor constante do nordeste e o inverno rigoroso do sul, o empresário deve estudar com cuidado onde e de que forma explorar esta atividade comercial.

Por ser um produto refrescante, sua aceitação é maior nas regiões ou épocas de calor. Portanto uma sorveteria instalada no norte e nordeste vai ter clientela constante o ano todo, já no sul o período de alta demanda concentra-se em quatro a cinco meses por ano.

Este fator por si não inviabiliza o consumo de sorvetes fora das épocas de calor, pois quem gosta de sorvete consome o ano inteiro. Mas exige dos empreendedores que estão sujeitos às condições de sazonalidade (clima quente e frio) um esforço maior em criatividade para atrair os clientes.

Por se considerar um alimento nutritivo e saudável, o sorvete pode ser consumido por todas as pessoas, independente da idade, sexo, condição social, etc., fato que caracteriza a dimensão do mercado como sendo toda a população. Esta abordagem já permitiu ao setor apresentar índices de desempenho em 2006 da ordem de 505 milhões de litros produzidos.

O faturamento em 2006 atingiu US\$ 886 milhões contra US\$ 805 milhões registrados em 2005. O empreendedor deve, em função do local em que pretende instalar sua empresa, analisar quais as características da população que está ao entorno, descobrindo classes sociais, poder aquisitivo, frequência e volume do trânsito das pessoas, concorrência, fornecedores em caso da sorveteria não produzir os sorvetes, entre outras.

2.4 – CLIENTES

A empresa visa atingir um maior número de classes possíveis, por isso a localização, pois é uma área de grande circulação de pessoas e de todos os níveis, em especial pessoas que praticam exercícios físicos na praça, o local conta com um grande fluxo de estudantes, profissionais e turistas que passam pela área, e faremos de tudo para que possamos conquistar parte da clientela das concorrentes, já que elas possuem lojas na região.

2.5 – POSIÇÃO TECNOLÓGICA

A empresa dispõe de um moderno maquinário, através do qual fabrica produtos de qualidade e conta com uma moderna forma de exposição desses produtos, além de mantê-los com a aparência chamativa e o sabor marcante.

2.6 – DEFINIÇÃO DE PREÇO

Os preços dos produtos foram estabelecidos considerando uma margem de lucro diferenciada para cada produto que absorvesse seu custo total, além do ICMS e IPI com o percentual de 1,25% e 0,5% respectivamente, de acordo com as alíquotas estabelecidas pelo Simples Nacional. Consideramos também a realidade verificada junto à concorrência, condicionando um preço que não seja abusivo para os clientes e que seja capaz de manter a empresa em plena competitividade.

PRODUTO	CUSTO TOTAL	P DE VENDA UND	QUANT. VENDIDA	TOTAL R\$
SORVETE DE CASQUINHA	1,00	2,50	400	1.000,00
SORVETE CASÇÃO	1,30	3,50	200	700,00
SORVETE COPINHO	1,00	2,50	350	875,00
BANANA SPLIT	2,00	5,00	150	750,00
TAÇA ESTUDANTIL	3,00	7,00	100	700,00
SUNDAE	1,50	3,50	200	700,00
MILK SHAKE	2,50	4,00	120	480,00
SANDUICHES	1,00	3,00	400	1.200,00
VITAMINAS	1,00	2,00	250	500,00
SUCOS DIVERSOS	0,50	1,50	500	750,00
REFRIGERANTES	0,90	2,00	400	800,00
ÁGUA MINERAL	0,70	1,00	400	400,00
TOTAL	16,40	37,50	3.470	8.855,00

2.7-PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS

Um de nossos maiores trunfos será o conforto de nossas lojas e além de servi sabores regionais, também serviremos uma variação de sabores apreciados no Brasil e no mundo e essa exposição do produto também será um grande atrativo, além do bom atendimento.

A nossa maior dificuldade será atrair a clientela fiel dos concorrentes, uma vez que esse mercado na região é quase de uma só empresa.

2.8 - BASE DE COMPETIÇÃO

Como foi citado anteriormente, esse mercado é quase monopolizado na região, restando uma pegando fatia para as demais empresas, e é para competir pela liderança que investiremos na qualidade e diversidade de nossas lojas e produtos, querendo ser referencia também nesse ramo.

2.9 - FATORES CHAVES PARA O SUCESSO

Muita determinação e esforço serão exigidos do empreendedor, assim como total comprometimento, persistência e conhecimento de mercado. Haverá a necessidade de se tomar decisões importantes com o objetivo de crescimento e obtenção de resultados, assim como, é necessário estar atento às mudanças no mercado nas diversas áreas: econômica, social, financeira, entre outras, a fim de buscar meios que lhe proporcionem maior conhecimento sobre o seu produto, serviços, mercado e sobre a gestão de sua empresa, com a finalidade de obter o sucesso dela.

3 – ADMINISTRADORES DA EMPRESA

3.1 – SÓCIOS E SUAS FUNÇÕES

As funções serão divididas entre os dois sócios, Ítalo Nascimento e Marcos Corrêa os quais serão responsáveis pelas partes financeiras, compras, controle do estoque, propaganda e pessoal. Os sócios optaram receber na forma de pró - labore o valor de R\$-300,00 (Trezentos reais), no início do empreendimento. Projeta-se aumentar o valor do pró-labore a partir do aumento de faturamento do negócio.

Cada sócio integralizará 50% do capital social.

3.2 – COLABORADORES

A princípio serão contratados dois funcionários, devido ao tamanho e volume do negócio que ainda é pequeno, um atendente e um técnico que ficará responsável pela fabricação do sorvete, estes ficarão sempre sob a supervisão de um dos sócios.

4 – PLANEJAMENTO FINANCEIRO

4.1 – BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA

BALANÇO DE ABERTURA			
GELATERIA ESKIMO LTDA			
ATIVO	34.800,00	PASSIVO	34.800,00
Ativo Circulante	8.000,00	Passivo Circulante	
Disponibilidades	5.000,00	Obrigações a Curto Prazo	
Caixa	2.000,00		
Banco Conta Movimento	3.000,00		
Estoques	3.000,00		
Estoque de Mercadorias	3.000,00		
Ativo Permanente	26.800,00	Patrimônio Líquido	34.800,00
Imobilizado	25.000,00	Capital Social	34.800,00
Móveis e Utensílios	7.430,00		
Máquinas e Equipamentos	14.620,00		
Computadores e periféricos	2.950,00		
(-) Depreciação Acumulada	0,00		
Diferido	1.800,00		
Despesas Pré-operacionais	1.800,00		
(-) Amortização Acumulada	0,00		

4.2 – QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS

O Quadro Estrutural de Custos – QEC é um instrumento que possibilita a visualização mais atenta dos custos fixos (os que não variam em função da produção da empresa) e os variáveis (os que variam em função da produção), para que seja possível a manutenção da atividade será necessário a utilização dos seguintes custos mensalmente:

QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS - QEC							
CUSTOS VARIÁVEIS				CUSTOS FIXOS			
DESCRIÇÃO	QTD.	Vendida	Und.	Total R\$	DESCRIÇÃO	Total R\$	
SORVETE DE CASQUINHA	400		0,59	236,00	ALUGUEL	600,00	
SORVETE CASCÃO	200		0,49	98,00	ENERGIA ELÉTRICA	250,00	
SORVETE COPINHO	350		0,54	189,00	ÁGUA E TELEFONE	120,00	
BANANA SPLIT	150		0,92	138,00	PRÓ-LABORE	600,00	
TAÇA ESTUDANTIL	100		1,37	137,00	HONORÁRIOS CONTÁBEIS	300,00	
SUNDAE	200		0,69	138,00	MATERIAL DE LIMPEZA	80,00	
MILK SHAKE	120		1,15	138,00	DEPRECIAÇÃO PROPORCIONAL	111,08	
SANDUICHES	400		0,59	236,00	AMORTIZAÇÃO PROPORCIONAL	15,00	
VITAMINAS	250		0,35	87,50			
SUCOS DIVERSOS	500		0,17	85,00			
REFRIGERANTES	400		0,49	196,00			
ÁGUA MINERAL	400		0,29	116,00			
Total dos Custo Variáveis				1.794,50			
DESPESAS VARIÁVEIS							
MATERIAL DE EMBALAGEM	1		200,00	200,00			
Total dos Custo Variáveis				200,00			
Total dos Custo Variáveis				1.994,50	TOTAL	2.076,08	
CRITÉRIO DE RATEIO P / DESP. E CUSTOS FIXOS				CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS E FIXOS			
DESCRIÇÃO	%	Rateio		DESCRIÇÃO	C. Variáveis	C. Fixos	D. Variáveis
SORVETE DE CASQUINHA	13,15%	273,03		SORVETE DE CASQUINHA	236,00	273,03	26,30
SORVETE CASCÃO	5,46%	113,38		SORVETE CASCÃO	98,00	113,38	10,92
SORVETE COPINHO	10,53%	218,66		SORVETE COPINHO	189,00	218,66	21,06
BANANA SPLIT	7,69%	159,65		BANANA SPLIT	138,00	159,65	15,38
TAÇA ESTUDANTIL	7,63%	158,50		TAÇA ESTUDANTIL	137,00	158,50	15,27
SUNDAE	7,69%	159,65		SUNDAE	138,00	159,65	15,38
MILK SHAKE	7,69%	159,65		MILK SHAKE	138,00	159,65	15,38
SANDUICHES	13,15%	273,03		SANDUICHES	236,00	273,03	26,30
VITAMINAS	4,88%	101,23		VITAMINAS	87,50	101,23	9,75
SUCOS DIVERSOS	4,74%	98,34		SUCOS DIVERSOS	85,00	98,34	9,47
REFRIGERANTES	10,92%	226,75		REFRIGERANTES	196,00	226,75	21,84
ÁGUA MINERAL	6,46%	134,20		ÁGUA MINERAL	116,00	134,20	12,93
Total dos Custos Fixos	100,00%	2.076,08		TOTAL	1.794,50	2.076,08	200,00

4.3 – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

A Demonstração do Resultado do Exercício – DRE apresenta de forma resumida as operações executadas pela empresa, evidenciando o resultado líquido do exercício social em questão, conforme instrução do Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações.

Este instrumento foi elaborado a partir da estimativa do volume de vendas do primeiro ano analisado subtraindo-se os custos e despesas incidentes a fim de chegarmos ao resultado líquido.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO					
PERIODOS	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
Índice do IGP-DI	1,1025				
VENDAS	113.429,07	141.786,33	177.232,92	221.541,15	276.926,43
(-) IMPOSTOS INCIDENTES	5.104,31	6.380,38	7.975,48	9.969,35	12.461,69
(-) Simples Federal	5.104,31	6.380,38	7.975,48	9.969,35	12.461,69
(=) VENDAS LIQUIDAS	108.324,76	135.405,95	169.257,43	211.571,79	264.464,74
(-) C.M.V.	22.986,84	25.342,99	27.940,65	30.804,56	33.962,03
(=) LUCRO BRUTO	85.337,92	110.062,96	141.316,79	180.767,23	230.502,71
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	27.474,88	30.291,06	33.395,89	36.818,97	40.592,91
(-) Aluguel	7.200,00	7.938,00	8.751,65	9.648,69	10.637,68
(-) Energia Elétrica	3.000,00	3.307,50	3.646,52	4.020,29	4.432,37
(-) Água e Telefone	1.440,00	1.587,60	1.750,33	1.929,74	2.127,54
(-) Pró-Labore	7.200,00	7.938,00	8.751,65	9.648,69	10.637,68
(-) Honorários	3.600,00	3.969,00	4.375,82	4.824,34	5.318,84
(-) Material de Limpeza	960,00	1.058,40	1.166,89	1.286,49	1.418,36
(-) Depreciação acumulada	1.332,96	1.469,59	1.620,22	1.786,29	1.969,39
(-) Amortização acumulada	180,00	198,45	218,79	241,22	265,94
(-) Material de Embalagem	2.561,92	2.824,52	3.114,03	3.433,22	3.785,12
RESULTADO DO EXERCÍCIO	57.863,04	79.771,90	107.920,90	143.948,26	189.909,80

4.4 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

É a quantia em dinheiro, ou percentual que sobra do preço de venda de um produto, serviço ou mercadoria após retirar o valor do custo variável unitário. Esta quantia é que irá garantir a cobertura do custo fixo e o lucro, após a empresa ter atingido o Ponto de equilíbrio, ou ponto crítico de vendas, então a margem de contribuição representa o quanto a empresa tem para pagar as despesas fixas e gerar o lucro líquido.

A margem de contribuição é calculada da seguinte forma:

PREÇO DE VENDA - CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA - DESPESAS VARIÁVEIS.

Na tabela seguinte demonstraremos o caso da sorveteria que aplicou a margem de contribuição no percentual de 79,63% e obteve um lucro de 56,06%.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO CONSOLIDADA		
Preço de Venda	3,13	100,00%
(-) Custos Variáveis	0,64	20,37%
Margem de Contribuição	2,49	79,63%
(-) Despesas Gerais	0,74	23,57%
Lucro	1,75	56,06%

4.5 – PONTO DE EQUILÍBRIO

Ponto de equilíbrio é o valor ou a quantidade que a empresa precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas.

No ponto de equilíbrio, a empresa não terá lucro nem prejuízo.

O ponto de equilíbrio é calculado das seguintes formas:

1. Ponto de Equilíbrio em Valores:

VALOR TOTAL DAS DESPESAS FIXAS, DIVIDIDO PELA % DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.

2. Ponto de Equilíbrio em Quantidades:

VALOR TOTAL DAS DESPESAS FIXAS, DIVIDIDO PELO VALOR DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.

Como nossos produtos têm um preço relativamente baixo, o ponto de equilíbrio consolidado, ou seja, o percentual que a empresa terá que arrecadar para produzir uma unidade de cada produto, também será baixo. Assim quando a empresa ultrapassar o faturamento de R\$ 11,52 estará obtendo lucro.

PONTO DE EQUILÍBRIO CONSOLIDADO	
Preço de Vendas	37,50
Custos + Despesas Variáveis / Unidade	0,64
Custos + Despesas Fixas / Mês	8,75
Margem de Contribuição Unitária	2,49
Ponto de Equilíbrio / Unidade	0,31
Ponto de Equilíbrio em R\$	11,52

4.6 – FLUXO DE CAIXA

O Fluxo de Caixa é o instrumento que relaciona o futuro conjunto de ingressos e desembolsos de recursos financeiros pela empresa em determinado período, assim poderemos prognosticar a necessidade de captar empréstimos ou aplicar excedentes de caixa nas operações mais rentáveis da empresa.

Grandes instituições financeiras, de abrangência nacional, já utilizam esse instrumento para avaliar seus clientes, classificá-los quanto ao risco e abrir-lhes crédito. Para a Empresa, o Fluxo de Caixa é o principal instrumento para detectar a capacidade de pagamento do empreendimento, ou melhor, a capacidade da empresa gerar receitas suficientes para honrar seus compromissos e responsabilidades em um determinado tempo.

4.6.1 – PROJEÇÃO DE VENDAS

A projeção das vendas foi realizada mês a mês no montante dos produtos. Considerando a capacidade total apresentada, aplicaremos percentuais estimados de crescimento do faturamento para se alcançar à projeção de receita mensal, para tanto consideraremos um aumento de 25% ao ano sobre o faturamento do Ano I, conforme planilha em anexo.

No quadro a seguir demonstraremos o fluxo de caixa projetado para os cinco primeiros anos da empresa, porém é válido lembrar que se acompanhou mensalmente as entradas e saídas de caixa. Para atualização dos custos dos anos seguinte utilizamos o índice de crescimento IGP-DI.

FLUXO DE CAIXA					
PERÍODO	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
Projeção de Vendas		25%	25%	25%	25%
Caixa Inicial		59.376,00	82.192,83	111.531,07	149.104,86
Recebimentos	113.429,07	141.786,33	177.232,92	221.541,15	276.926,43
Saldo de Caixa	59.376,00	82.192,83	111.531,07	149.104,86	197.065,43
Índice do IGP-DI	1,1025				
Custos Variáveis	22.986,84	25.342,99	27.940,65	30.804,56	33.962,03
Sorvete de Casquinha	3.023,07	3.332,93	3.674,56	4.051,20	4.466,45
Sorvete de Cascão	1.255,34	1.384,01	1.525,88	1.682,28	1.854,71
Sorvete de Copinho	2.421,02	2.669,17	2.942,76	3.244,39	3.576,94
Banana Split	1.767,73	1.948,92	2.148,68	2.368,92	2.611,74
Taça Estudantil	1.754,92	1.934,80	2.133,11	2.351,76	2.592,81
Sundae	1.767,73	1.948,92	2.148,68	2.368,92	2.611,74
Milk Shake	1.767,73	1.948,92	2.148,68	2.368,92	2.611,74
Sanduíches	3.023,07	3.332,93	3.674,56	4.051,20	4.466,45
Vitaminas	1.120,84	1.235,73	1.362,39	1.502,03	1.655,99
Sucos Diversos	1.088,82	1.200,42	1.323,46	1.459,12	1.608,68
Refrigerantes	2.510,68	2.768,03	3.051,75	3.364,56	3.709,42
Água Mineral	1.485,91	1.638,22	1.806,14	1.991,27	2.195,37
Despesas Variáveis	7.666,23	8.452,02	9.318,35	10.273,48	11.326,51
Material de embalagem	2.561,92	2.824,52	3.114,03	3.433,22	3.785,12
Simples Nacional	5.104,31	5.627,50	6.204,32	6.840,26	7.541,39
Custos e Despesas Fixas	23.400,00	25.798,50	28.442,85	31.358,24	34.572,46
Aluguel	7.200,00	7.938,00	8.751,65	9.648,69	10.637,68
Energia Elétrica	3.000,00	3.307,50	3.646,52	4.020,29	4.432,37
Água e Telefone	1.440,00	1.587,60	1.750,33	1.929,74	2.127,54
Pró-Labore	7.200,00	7.938,00	8.751,65	9.648,69	10.637,68
Honorários	3.600,00	3.969,00	4.375,82	4.824,34	5.318,84
Material de Limpeza	960,00	1.058,40	1.166,89	1.286,49	1.418,36

4.7 – VALOR PRESENTE LÍQUIDO

O Valor Presente Líquido – VPL é um dos instrumentos mais eficazes e mais usadas para análise e avaliação de investimentos de capital. Medido pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e o valor presente das saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto, chega-se a conclusão de que quando o VPL for maior ou igual a zero, teremos uma diferença, depois da devolução aos investidores seu capital aplicado no negócio, que é justamente o VPL. O VPL é representado pela seguinte fórmula:

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

De acordo com os resultados da empresa analisada o valor das entradas se apresentou sempre maior que o valor das saídas de caixa, ou seja, depois de devolver R\$ 34.800,00 de capital investido, o negócio conseguiu ainda restar em caixa um VPL de R\$ 217.830,90 demonstrando que o empreendimento é lucrativo.

4.7.1 – TAXA INTERNA DE RETORNO

A Taxa Interna de Retorno – TIR é a taxa para igualar, em um único momento os fluxos de entrada e de saída de caixa, ou seja, produz um VPL igual a zero. Fazendo uma análise melhor desta ferramenta, pode-se considerar uma TIR perfeita, quando esta, for maior ou igual a taxa de juros vigente no mercado, este valor demonstra se o empreendimento é viável e se seu retorno será relativamente igual ou superior ao retorno do mercado.

A Taxa de Retorno Interno foi de 225% demonstrando que este empreendimento é economicamente viável, pois tem um retorno bem acima do retorno do mercado que está previsto para de 25% ao ano.

A TIR é representada pela seguinte fórmula:

$$TIR = \frac{\text{Fluxo de Caixa anual}}{\text{Investimento}}$$

4.7.2 – PERÍODO DE PAYBACK

De acordo com dados extraídos da planilha quadro de análise do valor presente líquido, demonstra que, apesar das influências externas já no primeiro ano a empresa recupera seu investimento inicial. Sendo este mais um ponto positivo que demonstra a viabilidade econômica do negócio.

4.7.3 – BALANÇO PATRIMONIAL FINAL

O Balanço tem o objetivo de demonstrar a situação financeira e patrimonial da empresa em um determinado período, representando, uma posição estática. Além de apresentar projeções de valores a serem alcançados futuramente. Estes valores poderão servir de parâmetros para uma possível tomada de decisão quanto ao investimento pretendido.

BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO					
ANOS	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
ATIVO	114.713,04	138.289,94	166.609,91	202.825,77	248.995,13
ATIVO CIRCULANTE	67.376,00	89.439,94	117.759,91	153.975,77	200.145,13
Disponibilidades	64.376,00	86.439,94	114.759,91	150.975,77	197.145,13
Caixa	31.376,00	36.439,94	54.759,91	50.975,77	77.145,13
Banco Conta Movimento	33.000,00	50.000,00	60.000,00	100.000,00	120.000,00
Estoques	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Estoque de Mercadorias	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
PERMANENTE	47.337,04	48.850,00	48.850,00	48.850,00	48.850,00
Imobilizado	45.717,04	47.050,00	47.050,00	47.050,00	47.050,00
Móveis e Utensílios	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Máquinas e Equipamentos	7.430,00	7.430,00	7.430,00	7.430,00	7.430,00
Computadores e periféricos	14.620,00	14.620,00	14.620,00	14.620,00	14.620,00
(-) Depreciação Acumulada	(1.332,96)	0,00	0,00	0,00	0,00
Diferido	1.620,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Despesas Pré-operacionais	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
(-) Amortização Acumulada	(180,00)	0,00	0,00	0,00	0,00
PASSIVO	34.800,00	34.800,00	34.800,00	34.800,00	34.800,00
PASSIVO CIRCULANTE					
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	34.800,00	34.800,00	34.800,00	34.800,00	34.800,00
Capital Social	34.800,00	34.800,00	34.800,00	34.800,00	34.800,00
LUCROS OU PREJUÍZOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Lucro Acumulado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

4.8 – BIBLIOGRAFIA

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios

Estudo da Viabilidade Econômica Financeira de uma Micro-Empresa na Região Metropolitana da Belém sob a ótica do plano de negócios – Disponível em **:<http://www.peritocontador.com.br>>acesso em: 15/12/2006**

Escola e Arena Show – Um Planejamento de Negócios - Disponível em **:<http://www.peritocontador.com.br>>acesso em: 16/01/2007**

SILVA, José Carlos. Análise Financeira das Empresas 8ª Edição