



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ.  
CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO.  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

Maria Viviane de Souza Lino – 000100104001

Rodrigo Gomes Favacho - 04117002201

**ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA ORÇAMENTÁRIA EMPRESARIAL**

Belém – PA

2008.

## **RESUMO**

Este trabalho vem destacar o importante papel do Plano de negócio como instrumento de gestão nas fases de elaboração e andamentos dos processos econômico, financeiro e gerencial de uma empresa do ramo comercial. A nossa em estudo trata-se de uma Revendedora de Polpa de Frutas, situada no bairro do Guamá, onde será localizado o negócio, identificando os pontos fortes e fracos, concorrência, mercado, entre outros.

Em uma decisão de abrir um negócio devemos ter o máximo de cuidado, pois se sabe que as possibilidades de falhas são muitas. Logo, ainda quando a idéia está na cabeça, devemos tentar descartar todas as possibilidades negativas que venham a atrapalhar nosso objetivo; e um dos pontos importantes nesse primeiro momento é conhecer o máximo possível do ramo que se deseja atuar, buscando respostas para todas as dúvidas que irão surgir no início, pois assim teremos um mínimo de domínio sobre este negócio, o que o ajudará a ter chances reais de viabilidade.

Através do Plano de Negócio procuraremos buscar conhecimentos que serão necessários e decisivos em todas as etapas do bom andamento do negócio.

## ÍNDICE

RESUMO.....	2
INTRODUÇÃO.....	4
1 TÍTULO DO ESTUDO .....	5
2 OBJETIVOS DO ESTUDO.....	5
A importância do Estudo .....	5
O que se pretende alcançar com esse estudo.....	6
Delimitação do Tema.....	6
Organização do Estudo. ....	6
3 PÚBLICO ALVO .....	6
4 JUSTIFICA.....	7
5 METODOLOGIA.....	7
6 EMPREENDEDORISMO .....	7
Conceito de Empreendedorismo. ....	7
7 PLANO DE NEGÓCIO.....	8
Conceito de Plano de Negócios .....	8
8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) .....	9
9 TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	10
O Capital Social.....	10
Informações Gerais sobre o Negócio .....	10
Estratégia de negócio .....	11
Produtos Comercializados .....	11
O Mercado .....	12
Balanço de Abertura .....	13
Quadro Estrutural de Custo.....	14
Margem de Contribuição .....	16
Análise do Ponto de Equilíbrio .....	17
Fluxo de Caixa.....	17
Valor Presente Líquido .....	18
Taxa Interna de Retorno .....	19
Depreciação .....	19
Demonstração do Resultado do Exercício .....	20
Balanço Patrimonial.....	21
12 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22
13 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	23

## **INTRODUÇÃO**

Como qualquer projeto que desejamos na vida, depende de um planejamento antes, durante e depois, a montagem de um negócio não foge a esta realidade, também é necessário uma análise do que almejamos em uma empresa. Por mais que o sonho e a vontade de vencer muitas vezes mostrem-se altamente fundamentada, não é suficiente para suprir todas as peculiaridades de um empreendimento, enxergar as suas potencialidades e as limitações, e se realmente aquele negócio irá responder as expectativas geradas são indispensáveis para o sucesso.

É neste propósito que desenvolvemos este estudo, que dará embasamento para a análise da viabilidade econômica e financeira de um empreendimento no ramo, levando em consideração, o volume do estoque necessário para essa atividade, o quanto vender para alcançar resultados que garantam a continuidade do negócio, qual a melhor forma de apuração do lucro, os tributos incidentes, etc.

Para isso desenvolvemos duas etapas importantes, primeiramente será explicado o que o empreendedor precisa a partir do momento que decide por desenvolver uma empresa da revenda de polpa de frutas e teoricamente as técnicas de orçamento de capital. Posteriormente, será apresentado como essas técnicas se aplicam na prática em uma revendedora, como a análise de custos pode contribuir na implantação e gestão de um empreendimento e em quanto tempo teremos o retorno do capital investido. E assim, verificar se o novo negócio é viável ou não.

Será apresentado um modelo distribuidora de polpa de frutas, que baseia o seu ponto forte na crescente demanda regional e internacional por frutas da Amazônia.

Acreditamos que esse espírito empreendedor não acabará na conclusão deste projeto, mas que através dele, iremos fundamentar um alicerce para o nosso próprio negócio.

## **1 TÍTULO DO ESTUDO**

Elaboração do Plano de Negócio como ponto de partida para as futuras tomadas de decisões na abertura de uma empresa.

## **2 OBJETIVOS DO ESTUDO**

### ***A importância do Estudo***

Este estudo é de suma importância para nós que estamos prestes a nos tornarmos profissionais os quais lidam diretamente com os assuntos abordados em estudo ou até mesmo com empresários que tenham como propósito iniciar seu próprio negócio, e termos resultados satisfatórios na busca de nossos objetivos.

Através deste é possível planejar e decidir o caminho a ser seguido pela empresa e pelo empresário, tendo como base a análise de fatores como mercado, clientes, concorrência, riscos, investimento, retorno e outros.

Através do plano de negócios é possível ter uma melhor visualização do negócio, um melhor controle dos investimentos e uma melhor gestão dos recursos.

Em nosso estudo utilizaremos uma empresa do tipo distribuidora de polpa de frutas como forma prática de elaborar um plano de negócio. Nela buscaremos passo a passo demonstrar e aproveitar ao máximo as respostas que o plano nos fornece.

### ***O que se pretende alcançar com esse estudo.***

Pretendemos demonstrar através de um planejamento adequado a importância de se conhecer o negócio e um conhecimento detalhado do mercado, que só poderá ser feitos por intermédio de um plano e negócios.

### ***Delimitação do Tema***

Nosso estudo se realizará sob uma elaboração de um Plano de Negócio como ponto de partida para as futuras tomadas de decisões na abertura de uma distribuidora de frutas no bairro do Comércio. O estudo será feito através da análise do plano elaborado especialmente para o empreendimento em estudo.

### ***Organização do Estudo.***

- Capa
- Resumo
- Índice
- Introdução
- Desenvolvimento
- Considerações Finais

## **3 PÚBLICO ALVO**

O público alvo a ser alcançado neste estudo são os supermercados da Região Metropolitana de Belém.

## **4 JUSTIFICA**

Observando o desempenho das pequenas e micro empresas principalmente no Brasil podemos observar a grande quantidade de fracasso que estas chegam principalmente pela falta de planejamento adequado, muitas das vezes pelo empresário não achar necessário ou até mesmo falta de conhecimento a respeito do assunto. E é justamente por este motivo que mostraremos através de um estudo prático a imensa importância do conhecimento do negócio e das etapas que o compõem, facilitando assim uma melhor gestão e conseqüentemente um melhor desempenho da empresa.

## **5 METODOLOGIA**

Este estudo será realizado através de exemplos práticos de elaboração de um plano de negócio e também através de orientação do professor da disciplina.

## **6 EMPREENDEDORISMO**

### ***Conceito de Empreendedorismo.***

O economista tcheco Joseph Schumpeter foi o primeiro a levar a sério a força de vontade individual como propulsora de uma economia sofisticada como a do capitalismo moderno, onde fatores estruturais também influenciam.

Schumpeter, em 1949, definia o empreendedor como “aquele que destrói a ordem econômica existente através da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos ou materiais”.

Analisando as opiniões de Schumpeter podemos concluir que o empreendedor busca novas oportunidades que o satisfaça em um momento de aparentemente não muito propício ao

## 7 **PLANO DE NEGÓCIO**

Como estamos falando de empreendedor, não podemos deixar de falar do plano de negócio pois ele é peça fundamental no processo de gestão empresarial devendo ser usada por todo e qualquer empreendedor como forma deste expor suas idéias em uma linguagem que os leitores do plano de negócios entendam e, principalmente, que mostre viabilidade e probabilidade de sucesso em seu mercado. Através dele o empreendedor verá a viabilidade de se atingir uma situação esperada futura, mostrando os caminhos a serem percorridos.

Empreendedores precisam saber planejar suas ações, estratégias para seu crescimento. Toda empresa necessita de um planejamento adequado ao seu negócio para poder gerenciá-lo e apresentar suas idéias aos investidores, bancos, clientes e outros.

É Uma expressão e ferramenta desconhecida até a poucos anos, o Plano de Negócios passa a fazer parte do cotidiano dos empreendedores. Ele é atualmente exigido em praticamente todas as operações de crédito de médio porte e tornou-se essencial na busca de grandes financiamentos e parcerias. Mas não é fácil redigi-lo.

'Plano de Negócios' ensina como elaborar um planejamento completo para montar uma empresa, da identificação de uma oportunidade de negócios até a consolidação do negócio.

### ***Conceito de Plano de Negócios***

*“ documento usado para descrever um empreendimento é o modelo de negócios que sustentam a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situa-se no seu ambiente de negócios.”(DORNELAS, 2000, p.96).*

Para que o plano de negócios possa se tornar um instrumento eficaz de gerenciamento é importante que as informações nele existentes possam ser divulgadas internamente à empresa de forma satisfatória, o plano deve também ser utilizado como ferramenta de gestão.

São poucos empresários que sabem como escrever adequadamente um bom plano de negócios, pois para a maioria destes micro e pequenos empresários se torna inviável por não terem conceitos básicos planejamento, vendas, marketing, fluxo de caixa, ponto de

equilíbrio, e projeções de faturamento. Para muitos pequenos empresários está-se, falando em conceitos, muitos complicados, mas não deveria ser assim. Esses conceitos são a base para a tomada de decisão quando se efetua uma análise de viabilidade de um empreendimento, pois ele ensina como elaborar um planejamento completo para montar uma empresa desde a identificação da oportunidade do negócio até a consolidação do negócio.

## **8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)**

O valor presente líquido é um instrumento sofisticado mais utilizado para avaliar propostas de investimento de capital. Reflete a riqueza em valores monetários do investimento, medida pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e o valor presente de saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto.

Em um projeto, para analisar o VPL, faz-se uma estimativa do valor atual para as futuras entradas que estarão sendo geradas pelo empreendimento, e deduz-se o investimento inicial. Para isso, descontam-se os futuros fluxos de caixa para o seu valor presente, e depois subtrai o investimento inicial. Se o VPL for positivo, o projeto é viável, pois o valor presente dos futuros fluxos de caixa é maior que o investimento inicial. Caso contrário, o projeto deve ser rejeitado.

### ***Vantagens***

- Informa se a empresa lhe proporcionou um retorno acima de suas expectativas.
- Considera o valor do dinheiro no tempo

### ***Desvantagens***

- A dificuldade em seu uso está na identificação da taxa de desconto a ser utilizada que, muitas vezes, é obtida de forma complexa ou até mesma subjetiva.

## **9 TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

A taxa interna de retorno de um fluxo de caixa também conhecida como Interna Rate of Return (IRR) é uma das formas mais sofisticadas de se avaliar propostas de investimento de capital. Ela representa a taxa de desconto que se iguala, num único momento, os fluxos de entradas com os de saídas de caixa, ou seja, é a taxa que produz um VPL igual a zero. Quando isso ocorre, o valor presente dos futuros fluxos de caixa é exatamente igual ao investimento efetuado. Quando superior ao custo do capital investido, o projeto deve ser aceito.

### ***O Capital Social***

O Capital Social da Empresa é de R\$15.000,00 (Quinze Mil Reais) subscrito e integralizada pelos sócios da seguinte forma: Rodrigo Favacho – R\$ 7.500,00 e Viviane Lino – R\$ 7,500,00.

### ***Informações Gerais sobre o Negócio***

A Distribuidora de Frutas “Só a Polpa da Gourijuba” é uma empresa de Pequeno Porte, situada na cidade de Belém, Estado do Pará no Bairro Comércio. Que proporcionará aos seus clientes produtos de qualidade, e de certificado valor nutricional, além de uma higiene impecável. Entre os produtos oferecidos estão: Diversos tipos de papéis, cadernos, canetas, livros, lapiseiras, produtos escolares em geral.

A distribuidora visa atender principalmente aos supermercados, que são os principais clientes desse tipo de produto, e a esse público que a distribuidora está voltada, para isso os sócios que estão na frente procuram se especializar em workshops de vendas, inclusive algumas voltadas para a necessidade desse público, oferecidos pelo SEBRAE – PA, Serviço Social do Comércio e outras entidades do setor comercial. Com isso, consegue-se melhorar a perspectiva empresarial acerca do novo empreendimento e entender melhor as necessidades de quem irá frequentar a papelaria.

### ***- Pontos Fortes e Pontos Fracos***

**Fortes:** Temos como ponto forte de nossa empresa, um atendimento direcionado, diferenciado, onde nossos colaboradores sejam treinados para o melhor atendimento e agrado do cliente.

A higienização dos nossos produtos, a garantia de produtos sempre frescos e o rol de fornecedores de qualidade à nossa disposição.

Através de pesquisa realizada no bairro descobrimos que o que os clientes consideram como vantagens geralmente são pequenos detalhes, como: Comodidade e beleza, preço, bom atendimento, confiança e credibilidade, higiene, credito e facilidade, valorização do cliente e garantias.

**Fracos:** Temos como pontos fracos a ausência de um meio de transporte e a falta de uma equipe maior para atender a demandas maiores.

### ***Estratégia de negócio***

Trabalhar com um bom atendimento aos clientes, o vendedor deve ser um ajudante do consumidor, entender o que o motivou a procurar uma ditribuidora de polpa de frutas, e o que a mesma tem para acrescentar aquela procura. E acima de tudo manter uma boa higienização dos produtos e a garantia de qualidade Para isso é importante que o vendedor conheça bastante o que é oferecido pela distribuidora, e como são os próprios sócios, que estão na negociação com os fornecedores, conhecendo as variedades e qualidade dos produtos, são os mesmos que estão na frente das vendas, assim tudo se torna estrategicamente vantajoso para o negócio e especialmente para o cliente.

### ***Produtos Comercializados***

Temos no quadro abaixo as mercadorias comercializada em nossa distribuidora, as quais foram bases para realização das etapas de nosso estudo juntamente com seu custo de aquisição, procuramos trabalhar com variedades e de acordo com a procura abastecemos nosso estoque:

Produtos
----------

Polpa de Açaí	50	R\$ 6,00	R\$ 300,00
Polpa de Acerola	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Bacaba	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Bacuri	30	R\$ 14,00	R\$ 420,00
Polpa de Cupuaçu	50	R\$ 6,00	R\$ 300,00
Polpa de Goiaba	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Graviola	40	R\$ 9,00	R\$ 360,00
Polpa de Maracujá	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Muruci	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Taperebá	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
TOTAL	590		R\$ 3.060,00

### ***O Mercado***

O mercado está bastante promissor devido aos interesses dos supermercados em revender esse tipo de produto e devido à maior garantia que eles oferecem aos seus consumidores. As distribuidoras fazem o papel de ligar vários pequenos produtores aos grandes centros de comércio da cidade, que possuem uma instalação e uma potencialidade de venda.

### ***Investimento inicial***

Para a implantação da distribuidora foram necessários alguns investimentos iniciais. É de extrema importância termos conhecimento de quanto será necessário para montar a distribuidora, e como alocar esses gastos.

O Investimento inicial foi de R\$ 15.000,00 investidos de acordo com o quadro a seguir, que representa um mapa detalhado dimensionando o porte do empreendimento.

<b>Administrativo</b>	Qtde.	Valor	Total
Funcionários	1	R\$ 415,00	R\$ 415,00
Material de Expediente	1	R\$ 75,00	R\$ 75,00
Impressora Matricial Fiscal	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Mesas	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Cadeiras	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
Aparelho de Telefone	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00
Linha Telefônica	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Espaço Físico (Aluguel)	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Água	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Energia Elétrica	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Telefone	1	R\$ 69,90	R\$ 69,90

Pró-labore	1	R\$ 830,00	R\$ 830,00
Uniforme	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Marcas, direitos e patentes	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3.734,90</b>

<b>Operacional</b>	Qtde.	Valor	Total
Embalagens (Saco Plástico 1L)	0,5	R\$ 17,00	R\$ 8,50
Balcão para Atendimento	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Máquina Seladora	1	R\$ 76,00	R\$ 76,00
Freezer	2	R\$ 1.400,00	R\$ 2.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3.034,50</b>

<b>Estoque</b>	Qtde.(L)	Valor/L	Total
Polpa de Açaí	50	R\$ 6,00	R\$ 300,00
Polpa de Acerola	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Bacaba	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Bacuri	30	R\$ 14,00	R\$ 420,00
Polpa de Cupuaçu	50	R\$ 6,00	R\$ 300,00
Polpa de Goiaba	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Graviola	40	R\$ 9,00	R\$ 360,00
Polpa de Maracujá	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Muruci	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Taperebá	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
<b>TOTAL</b>	<b>590</b>		<b>R\$ 3.060,00</b>

<b>Despesas pré-operacionais</b>	Qtde.	Valor	Total
Busca Prévia (JUCEPA)	1	R\$ 23,00	R\$ 23,00
Contrato Social (JUCEPA)	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
Inscrição Municipal (Alvará de Func.)	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Honorário Contador	1	R\$ 415,00	R\$ 415,00
Honorário Advogado	1	R\$ 415,00	R\$ 415,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1.173,00</b>

<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 11.002,40</b>
--------------	--	--	----------------------

### ***Balanço de Abertura***

Os recursos financeiros para implantação do empreendimento virão de capital próprio e de compras à prazo com fornecedores como podemos ver no balanço patrimonial inicial apresentado a seguir. Este Balanço Inicial foi elaborado a partir do plano de investimento apresentado acima, onde foi colocado, as preços dos produtos a serem comercializados, como também, o imóvel, os móveis e utensílios, máquinas e equipamentos, e as despesas de organização necessárias para estruturar o início do empreendimento.

**BALANÇO PATRIMONIAL em 01.01.08**

	<b>01.01.08</b>	
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>	16.222,00	
DISPONÍVEL		
Caixa	13.162,00	
Estoques	3.060,00	
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO</b>	-	
<b>PERMANENTE</b>	4.621,00	
ATIVO IMOBILIZADO	4.621,00	
Máquinas, aparelhos e equipamentos	3.956,00	
Móveis e utensílios	575,00	
Direitos de usos de telefone	40,00	
Marcas, patentes e direitos industriais	50,00	
<b>DIFERIDO</b>	1.173,00	
GASTOS DE IMPLANTAÇÃO E PRÉ-OPERACIONAIS	1.173,00	
Gastos de organização e administração	1.173,00	
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>22.016,00</b>	
<b>PASSIVO</b>	7.016,00	
<b>CIRCULANTE</b>	7.016,00	
FORNECEDORES	3.060,00	
Contas a Pagar	3.956,00	
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO</b>		
<b>RESULTADOS DE EXERCÍCIOS FUTUROS</b>		
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	15.000,00	
CAPITAL SOCIAL		
Capital Subscrito		
a)Capital Autorizado	15.000,00	
<b>TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO + PASSIVO</b>	<b>22.016,00</b>	

### *Quadro Estrutural de Custo*

Ao analisarmos nossos gastos em custos e despesas tivemos o cuidado de elaborar um quadro estrutural de Custos, para identificarmos o que realmente iremos gastar para confrontarmos com nossas receitas e conseqüentemente se está gerando lucro.

Os “Custos Variáveis” são gastos que ocorrerão em função da aquisição de alguns produtos para a comercialização. As “Despesas Fixas” são os gastos que ocorrerão todas as vezes que a distribuidora obtiver mais clientes, etc. Portanto são despesas que variam conforme o volume de vendas e o volume de clientes. Isso significa que cada unidade vendida deve pagar parte do custo e despesas, tal que, ao alcançar um certo volume de venda, seja produzido um volume de receita suficiente para cobrir todos os custos, despesas e ainda gerar lucro.

<b>Custo Fixo</b>	Qtde.	Valor	Total
Energia Elétrica	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Água	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Funcionários	1	R\$ 415,00	R\$ 415,00
Pró-labore	1	R\$ 830,00	R\$ 830,00
Material de Expediente	1	R\$ 75,00	R\$ 75,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 0,00</b>

<b>Custo Variável</b>	Qtde.	Valor	Total
Embalagens (Saco Plástico 1L)	0,5	R\$ 17,00	R\$ 8,50
Polpa de Açaí	50	R\$ 6,00	R\$ 300,00
Polpa de Acerola	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Bacaba	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Bacuri	30	R\$ 14,00	R\$ 420,00
Polpa de Cupuaçu	50	R\$ 6,00	R\$ 300,00
UFPA Página 15 2/5/2015 Polpa de Goiaba	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Graviola	40	R\$ 9,00	R\$ 360,00
Polpa de Maracujá	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Muruci	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
Polpa de Taperebá	70	R\$ 4,00	R\$ 280,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3.068,50</b>

<b>Despesa Fixa</b>	Qtde.	Valor	Total
Espaço Físico (Aluguel)	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Telefone	1	R\$ 69,90	R\$ 69,90
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 469,90</b>

O rateio das despesas fixas utilizados para cada produto, ou a definição de quanto cada produto contribuirá para pagar estas despesas da empresa, ou seja, a forma de rateio utilizada está demonstrada no anexo, devido à melhor visualização.

### ***Preço de Venda***

Estabelecer o preço de venda é um dos mais importantes momentos nas decisões a serem implantadas na empresa. A resposta a simples questão “Por quanto devem ser vendidos meus produtos?” pode representar o sucesso, a rentabilidade, a competitividade ou não da empresa, e ,conseqüentemente, sua continuidade ou não no mercado.

O cálculo do Preço de Venda de um determinado produto de uma empresa requer um alto conhecimento dos seus custos e despesas, pois dessa forma poderemos chegar a um preço de venda que realmente expresse a real situação da empresa.

Os preços de vendas de nossos produtos foram calculados com Margem de Lucro de 50%.

Preço de Venda =	Custo Total
	1 - (ICMS + Margem de Lucro)

### ***Margem de Contribuição***

É a diferença entre a Receita Total (Vendas) da empresa menos os seus Custos e Despesas Variáveis. Podemos entender ainda, que a margem de contribuição é a parcela da receita total que ultrapassa os custos e despesas variáveis e que contribuirá para cobrir as despesas fixas e, ainda, formar o lucro.

O termo Margem de Contribuição tem um significado igual ao termo Ganho Bruto sobre as Vendas. Isso indica para o empresário o quanto sobra das vendas para que a empresa possa pagar suas despesas fixas e gerar lucro.

Vamos exemplificar imaginando que: Se é preciso comprar o que é vendido e ainda pagar algumas despesas que só ocorrem quando se vende, como é o caso de Impostos sobre a Venda e das Comissões dos vendedores, quanto sobra para a empresa pagar despesas fixas e ter lucro? É essa sobra que consideramos como sendo a Margem de Contribuição.

Em qualquer que seja o segmento, Indústria, Comércio ou Serviços, é perfeitamente possível e fácil se apurar o valor e o percentual respectivo da Margem de Contribuição.

Portanto, conhecer a Margem de Contribuição que as vendas proporcionam, mesmo antes de serem realizadas, é fundamental para o planejamento de qualquer empresa, principalmente se considerarmos que a Margem de Contribuição pode ser fixada no momento do cálculo do Preço de

Venda dos produtos ou serviços. A Margem de Contribuição da “Só a Polpa”, demonstramos no anexo devido a melhor visualização.

### ***Análise do Ponto de Equilíbrio***

O Ponto de Equilíbrio representa o equilíbrio entre o faturamento e os custos projetados, ou seja, a quantidade de venda que precisa ser realizada mensalmente para gerar receitas suficientes para pagar todos seus custos variáveis gerados, todas as despesas, não havendo lucro neste ponto.

Abaixo estão descritos o ponto de equilíbrio por unidade e por valor monetário de cada Produto comercializado no empreendimento.

Produtos	Preço de Venda Unit.	Custos + Despesas Fixas	Margem de Contribuição Unitária	Ponto de Equilíbrio
Polpa de Açaí	24,45	3,27	18,43	0,18
Polpa de Acerola	22,12	2,18	18,11	0,12
Polpa de Bacaba	14,75	2,18	10,74	0,20
Polpa de Bacuri	37,38	7,64	23,34	0,33
Polpa de Cupuaçu	33,18	3,27	27,17	0,12
Polpa de Goiaba	14,40	2,18	10,39	0,21
Polpa de Graviola	49,77	4,91	40,75	0,12
Polpa de Maracujá	16,30	2,18	12,29	0,18
Polpa de Muruci	12,90	2,18	8,89	0,25
Polpa de Taperebá	18,77	2,18	14,76	0,15

### ***Fluxo de Caixa***

Em um Plano de Negócio, aprender a montar um Fluxo de caixa, é muito importante pois ele será seu grande aliado nas tomadas de decisões diárias envolvendo o dinheiro da empresa. Sem ele tudo será confuso, com ele você terá uma espécie de “bússola” para guiar suas decisões.

Com o Fluxo de Caixa existirão dois importantes processos, que são a entrada e saída de dinheiro. Ele ajudará a tomar decisões em tempo hábil. Muitas decisões você deverá tomar para equilibrar as saídas com as entradas de dinheiro.

Em nosso trabalho utilizamos um Fluxo de Caixa projetado, simulamos as operações da empresa. Nosso objetivo básico diz respeito à projeção das entradas e saídas de recursos financeiros para um período de cinco anos, indicando como a empresa deverá investir e onde obter financiamento. Outros objetivos seriam: saber quanto a empresa dispõe de recursos financeiros para as suas operações gerais, bem como o quantitativo utilizado nas suas transações econômico-financeiras; utilizar de forma efetiva, ou seja, eficiente e eficaz os recursos financeiros disponíveis na empresa; planejar e controlar os recursos financeiros da empresa através de informações valiosas obtidas na própria operacionalização da empresa, como: projeções de vendas, produção e despesas operacionais, de valores a receber e valores a pagar; cumprir com as obrigações na data do vencimento perseguir o equilíbrio entre ingressos e desembolsos de caixa da empresa; escolher de forma racional as fontes de financiamento quando da necessidade da empresa; gastar com prudência quando é baixa a entrada de recursos, dentre outros.

No anexo mostraremos o Fluxo de Caixa referente aos dos produtos comercializados e logo em seguida a Fluxo Total projetado por 5 (Cinco) anos.

### ***Valor Presente Líquido***

É uma das técnicas de fluxo de caixa descontado que relacionam o valor presente dos futuros fluxos de caixa e o valor inicial investido total.

É uma estimativa do valor anual para futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo projeto, deduzindo o investimento feito inicialmente. Caso esse valor seja positivo, indica que a empresa lhe proporcionou um retorno acima de suas expectativas; do contrário, seu investimento rendeu-lhe naquele período menos que o desejado.

**i = Taxa de Retorno Desejada**

**n = vida do projeto em anos**

**VPL = Valor Presente Líquido**

**F<sub>n</sub> = Fluxo de caixa**

**INV = Investimento Inicial**

## ***Taxa Interna de Retorno***

É a taxa utilizada para igualar o investimento inicial ao VPL, o que significa que a taxa interna está relacionada ao fato de, a rentabilidade calculada depender unicamente do fluxo de caixa, excluindo fatores externos.

No caso da Papelaria Criativa o TIR atingiu 101 % estando acima da Taxa Mínima de Atratividade quando isso ocorre o investimento é economicamente atrativo, se for igual ao TMA o investimento está economicamente numa situação de indiferença e se for menor, o investimento não é atrativo economicamente, pois o seu retorno é superado por um investimento sem risco, como a poupança.

*“No plano de negócios é importante que se mostre tanto o Valor Presente Líquido do projeto quanto a TIR e o prazo de payback, pois são os primeiros índices que os investidores observam.” (DORNELAS, 2005, p.173).*

## ***Depreciação***

A Depreciação é um fenômeno contábil que expressa a perda de valor que os valores imobilizados de utilização sofrem no tempo, por força de seu emprego na gestão.

Conceitua-se depreciação como sendo a diminuição do valor dos bens corpóreos que integram o ativo permanente, em decorrência de desgaste ou perda de utilidade pelo uso, ação da natureza ou obsolescência.

O encargo da depreciação poderá ser computado como custo ou despesa operacional, conforme o caso. A depreciação dos bens utilizados na produção será custo, enquanto a depreciação dos demais bens há de ser registrada como despesa operacional:

<b>DEPRECIÇÃO</b>					
				<b>Taxa Anual</b>	<b>Taxa Mensal</b>
<b>Móveis e Utensílios</b>				<b>10%a.a</b>	<b>0.83%a.m</b>
Mesas	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	20,00	1,66
Cadeiras	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00	20,00	1,66
Uniforme	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00	2,50	0,21
Balcão para Atendimento	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	15,00	1,25
				-	-
<b>Máquinas, aparelhos e equipamentos</b>				<b>10%a.a</b>	<b>0.83%a.m</b>
Impressora Matricial Fiscal	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	100,00	8,30
Aparelho de Telefone	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00	8,00	0,66
Máquina Seladora	1	R\$ 76,00	R\$ 76,00	7,60	0,63
Freezer	2	R\$ 1.400,00	R\$ 2.800,00	280,00	23,24

## ***Demonstração do Resultado do Exercício***

A demonstração do resultado do exercício pode ser interpretada como a demonstração anual das receitas e despesas da empresa, onde da receita bruta é extraído os impostos, abatimentos e devoluções concedidas, resultando no lucro ou prejuízo, obtido pela ela em um determinado exercício.

Além da DRE do primeiro ano de atividade da Distribuidora “Só a Polpa”, foram feitas projeções até o quinto ano de atividade empresarial, para isso foi usado o IGPM – Índice Geral de Preço de Mercado, acumulado no primeiro ano de operacionalidade da empresa, como forma de equiparar os desníveis anuais provocados nos custos a cada ano.

Em relação as vendas, foi feita uma estimativa em relação ao seu crescimento, sendo em torno de 20 % ao ano, considerando sempre o ano anterior como base, enquanto que o preço de venda neste período foi calculado com uma margem de lucro de 30%,

Dentro dessa projeção ocorreu um crescimento satisfatório das vendas, com a total recuperação do capital investido inicialmente a parti do segundo ano de atividade. O que mostra um negócio rentável e promissor, visto que boa parte das empresas não conseguem recuperar seus investimentos em menos de cinco anos de atividade.

### **DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO**

	<b>1º ANO</b>	<b>2º ANO</b>	<b>3º ANO</b>	<b>4º ANO</b>	<b>5º ANO</b>
<b>RECEITA BRUTA OPERACIONAL</b>	38.984,81	41.965,87	51.557,41	59.291,02	68.184,68
<b>(-) Deduções</b>					
ICMS	5.847,72	6.294,88	7.733,61	8.893,65	10.227,70
<b>(=) Receita Operacional Líquida</b>	<b>33.137,09</b>	<b>35.670,99</b>	<b>43.823,80</b>	<b>50.397,37</b>	<b>57.956,97</b>
<b>(-) Custos operacionais da receita</b>					
<i>Custo Mercadoria Vendida</i>	<b>36.720,00</b>	<b>36.720,00</b>	36.720,00	36.720,00	36.720,00
<b>(=) Resultado Operacional Bruto</b>	<b>-3.582,91</b>	<b>-1.049,01</b>	<b>7.103,80</b>	<b>13.677,37</b>	<b>21.236,97</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	418,62	481,41	553,62	553,62	732,17
Energia Elétrica					
Água					
Funcionários					
Pró-labore					
Material de Expediente					
<b>(=) Resultado Operacional Líquido</b>	<b>-4.001,53</b>	<b>-1.530,42</b>	6.550,18	13.123,75	20.504,81
<b>(=) Resultado Antes do IR</b>			6.550,18	13.123,75	20.504,81
<b>(-) IR/15%</b>			982,53	1.968,56	3.075,72
<b>(=) Resultado antes da CSLL</b>	<b>-4.001,53</b>	<b>-1.530,42</b>	5.567,65	11.155,19	17.429,09
<b>(-) CSLL /9%</b>			589,52	1.181,14	1.845,43
<b>(=) Lucro ou prejuízo Acumulado</b>	<b>-4.001,53</b>	<b>-1.530,42</b>	4.978,13	9.974,05	15.583,66

## ***Balanço Patrimonial***

Na contabilidade, o balanço patrimonial é o registro contábil resumido do ativo, do passivo e do patrimônio líquido de uma entidade jurídica, ou seja, é uma demonstração financeira que tem como objetivo mostrar a situação patrimonial de uma empresa em certo momento, após a contabilização de todos os atos e fatos relacionados na escrituração contábil, sendo considerada assim, um demonstrativo estático.

A importância de levantar um balanço patrimonial anualmente, não está somente na questão da obrigatoriedade, e sim no poder que este possui na análise econômico e financeira de uma determinada empresa. Seu levantamento estará sujeito a uma análise de balanço, onde se podem extrair orientações úteis para um objetivo econômico em mente, e podendo ainda identificar as tendências, composições de cada conta e sua influência quantitativa e qualitativa. A utilização da ferramenta da análise de balanço é um importante instrumento de tomada de decisões em uma organização

Para que a análise possa espelhar a realidade econômico financeira de uma empresa é necessário inicialmente que o profissional de tenha certeza de que as informações contidas nele sejam reais.

## ***12 CONSIDERAÇÕES FINAIS***

Durante a implementação desse estudo podemos perceber como análise dos custos, a pesquisa de campo, e todos os assuntos que foram mostrados neste trabalho, tão evidenciados no curso de graduação são tão indispensáveis para a sobrevivência de empresa no mercado, o que mostra a importância do profissional contábil para o mundo dos negócios.

O processo de criação de um empreendimento, sua gestão e sua sobrevivência saudável no mercado, depende de um estruturado plano de negócios, que apesar de um pouco ignorado por alguns inexperientes empresários, é de fundamental importância para a concretização desse processo, pois abrange conceitos comprovados por outras empresas que alcançaram êxito através de um detalhado planejamento.

O negócio de uma distribuidora pode exemplificar bem essas ações, que demonstram um desenvolvimento satisfatório, de gerenciamento planejado e eficaz, capaz de colocar em permanência a empresa por vários anos, como pôde ser analisado anteriormente, mantendo resultados em crescimento, um bom capital de giro, controle das entradas, estratégia de vendas, gerando um fluxo de caixa expressivo, e conseqüentemente um valor presente líquido tremendamente esperado, assim a Distribuidora Só a Polpa, tem tudo para ser um empreendimento de sucesso em Belém.

### **13 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- DORNELAS, José Carlos de Assis. *Transformando idéias em Negócios* - 2. ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

- CHIAVENATO, Idalberto. *Introdução à teoria geral da administração*. São Paulo: Makron Books, 1983.

- MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custos*. – 9 ed. – São Paulo: Atlas, 2008.