

DISCENTE: MARIA DA VEIGA CORDOVIL - 08116002601
TURMA: 11620
TURNO: VESPERTINO
DOCENTE: HÉBER LAVOR MOREIRA

2º Semestre 2011

Plano de Negócios
Implantação da Mary Fashion Confecções “TG” - EPP

BELÉM – PA
23/08/2011.

SUMÁRIO

1. Introdução	3
2. Plano de negócios.....	4
2.1. Mercado	4
2.2. Objetivo	5
2.3. Público-Alvo	5
2.4. Localização	5
2.5. Fornecedores.....	5
2.6. Estrutura	6
2.7. Equipamentos	6
2.8. Mão de Obra	6
2.9. Investimento.....	6
3. Quadro Estrutural de Custos dos produtos que serão comercializados.....	7
3.1. Custos Variáveis	7
3.2. Custos fixos:	8
4. Estratégias de Vendas:	9
4.1. Determinação do Preço de Vendas	10
5. Ponto de Equilíbrio	11
5.1. Margem de Contribuição.....	12
6. Fluxo de Caixa	13
7. Valor Presente Líquido.....	15
8. Demonstração do Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial	17
8.1. Análise dos Indicadores Financeiros:.....	18
8.1.1. Índices de Liquidez	18
8.1.1.1. Quociente de Liquidez Comum ou Corrente.....	18
8.1.1.2. Quociente de Liquidez Geral	18
8.1.1.3. Quociente de Liquidez Imediata	19
8.1.1.4. Quociente de Liquidez Seca	19
8.1.1.5. Capital Circulante Líquido.....	19
8.1.2. Quocientes de Endividamento	20
8.1.2.1. Endividamento Total = ET	20
8.1.2.2. Quociente de participação das dívidas de curto prazo sobre o endividamento total: = $QPDIV\ C/P$	20
8.1.2.3. Garantia de Capitais de Terceiros	20
8.1.2.4. Imobilização do Capital Próprio	21
8.1.3. Quociente de Indicadores de Atividades.....	21
8.1.3.1. Rotação do Estoque	21
8.1.3.2. Rotação do Ativo ou Giro do Ativo	22
8.1.3.3. Prazo Médio de Pagamento	22
8.1.4. Quociente de Rentabilidade.....	23
8.1.4.1. Retorno sobre o investimento	23
8.1.4.2. Retorno do Patrimônio Líquido	23
8.1.5. Fator de Insolvência.....	24
8.1.6. Overtrading	25
8.1.7. EBITDA.....	26
9. Considerações finais	27
REFERÊNCIA	

1. Introdução

Em todo o mundo o número de pessoas que estão acima do peso, é muito elevado, e não é segredo pra ninguém que elas sofrem com o preconceito, esse preconceito atinge tanto a vida social como a profissional dos mesmos.

No Brasil, segundo reportagem do jornal O Globo publicado em 12/04/2011 destaca a pesquisa do Ministério da Saúde, que serve de alerta para a saúde dos brasileiros. Confira, na íntegra.

”Os brasileiros estão cada vez mais gordos, revela pesquisa do Ministério da Saúde divulgada ontem. Sem o hábito de praticar exercícios e com uma alimentação ruim, muito rica em gordura e pobre em frutas e verduras, 48,1% dos adultos têm excesso de peso. A obesidade alcança 15% da população brasileira acima dos 18 anos. E o Rio já é uma cidade de gordos. Segundo o estudo, é a segunda capital do país em número de pessoas com sobrepeso, 53%, perdendo apenas para Rio Branco, no Acre, onde o percentual é de 55%”.

Nos EUA são 40 milhões de mulheres acima do peso, tanto lá como no Brasil a dificuldade de se encontrar uma roupa que os satisfaçam é uma verdadeira maratona, pois este mercado ainda é muito deficiente e o pouco que existe é geralmente mais caro que as chamadas tamanho padrão.

Daí a necessidade de se investir neste ramo, que ainda é muito deficiente e que certamente trará uma rentabilidade expressiva.

2. Plano de negócios

É um instrumento de suma importância para ser utilizado por aqueles que querem iniciar um negócio ou melhorar um já existente uma vez que retrata fielmente as tendências do mercado em geral possibilitando maior êxito no empreendimento.

Montar uma empresa de venda de confecções:

Ramo de atividade: Comércio Varejista.

Tipo de Negócio: Comércio varejista de artigos do vestuário especializada em roupas para os gordinhos.

Produtos Ofertados: Blusas sociais e esportes (masculinas e femininas), calças sociais e esportes (masculinas e femininas) vestidos de festas e diários, Bermudas femininas, saias e macaquinho etc... As peças femininas vão do tamanho 44 a 64 e a masculina de 50 ao 80.

Formas de pagamento: dinheiro, cartão de crédito e débito.

2.1. Mercado

O mercado da moda é muito dinâmico, e muda pelo menos duas vezes ao ano e é influenciado diretamente pelas tendências internacionais. Hoje esse mercado da moda “tamanho grande” vem ganhando destaque por sua ousadia em inovar apresentando novas opções para homens e mulheres.

Para a moda masculina os tamanhos grandes acompanham todas as inovações feitas para o homem moderno ou tradicional, para a moda feminina o espaço é mais amplo e ousado não deixando nada a desejar ao que acompanhamos nas passarelas do mundo da moda.

A mulher é quem vai dizer o tamanho da sua ousadia, apostando nos truques e cortes que deixam a roupa mais adequada ao seu corpo.

É sempre bom falar de moda, esse universo colorido de cores, modelos, tecidos que dia a dia seguem as tendências de cada estação com criações modernas ou mesmo as clássicas, pois as tendências vão e voltam, sempre com outras novidades.

É um ramo de comércio que ainda é muito deficiente, uma vez que, o mundo elegeu um tipo específico de beleza que é aquele cujo manequim não pode ultrapassar o tamanho “PP”.

2.2. Objetivo

O objetivo deste trabalho é verificar a viabilidade da implantação de uma loja de comércio varejista de roupas tamanho especial,

2.3. Público-Alvo

São os consumidores classificados como “fora dos padrões de beleza”, com idade acima dos 12 anos sem distinção de classe social, crença ou política, que sempre foram tão carentes em relação à moda, dando-lhes a oportunidade de poder também estar usando o que existe de mais moderno no mundo da moda e o que é mais importante é saber que vão poder encontrar roupas que estão adequadas ao seu estereótipo coisa que é muito difícil hoje em dia. Esses produtos vão satisfazer os anseios daqueles que sempre foram excluídos da moda.

Se você homem ou mulher que deseja sentir-se bem a cada dia venha conhecer esse universo ousado e sem limite feito pra pessoas especiais como você.

2.4. Localização

Após uma pesquisa sobre onde seria melhor a localização da loja ao levar em consideração vários fatores, foi escolhido o centro comercial de Belém mais precisamente à Rua João Alfredo nº 3257, por ser um local de fácil acesso, segurança e a movimentação do público é muito grande. Além do que não existe nenhum outro concorrente na área para este empreendimento fato que assegurará o sucesso do empreendimento.

2.5. Fornecedores

Não é muito grande o número de fornecedores de confecções tamanhos grandes, a seguir estão três fornecedores, que oferecem formas de pagamento e preços bem acessíveis, que utilizam o cartão de crédito que hoje se tornou um importante meio de pagamento são os seguintes: *Lenner – Moda Grande*, Rua M^a Marcolina nº 659 - São Brás - SP - www.lenner.com.br (compras pelo site ou televendas). *S.L. Confecções – Small Lizard Modas*, Rua Romeu Carnevalli nº 274 – S. José dos Campos/ www.slmodas.com.br. *Sua moda Especial* (especializada em moda masculina), sac@suamodaespecial.com.br ou por telefone (19) 3043-5162.

2.6. Estrutura

A estrutura básica da loja será composta por:
- área de vendas (exposição dos produtos, caixa, empacotamento e entrega)
- área de administração (escritório);
- área para estoque
- área para vestiário / banheiro.

2.7. Equipamentos

Os equipamentos básicos são:
- balcão para atendimento;
- araras;
- provadores;
- espelhos;
- prateleiras/estantes;
- telefone/fax;
- móveis de escritório (mesa/cadeira/arquivo)
- microcomputador e acessórios
- calculadora
- impressora
- EFC - Emissor de cupom fiscal

2.8. Mão de Obra

01 Gerente/operador de caixa
02 atendentes
01 Embaladores

2.9. Investimento

O investimento inicial varia muito de acordo com a estrutura do empreendimento. Considerando que é uma loja de pequeno porte, montada numa área de 20m, será necessário um investimento de 26 mil aproximadamente. Veja abaixo o quadro de investimento do empreendimento.

INVESTIMENTO INICIAL		23.398,00
Necessidade de Caixa		1.000,00
Descrição		
Balcão para Atendimento	2	1.000,00
Araras	25	500,00
Provadores	2	1.000,00
Espelhos	2	100,00
Prateleiras/estantes	5	2.000,00
Móveis de escritório		800,00
Telefone/Fax	1	190,00
Ventilador	3	240,00
Microcomputador	1	2.720,00
Impressora	1	750,00
Calculadora Científica Procalc sc 991	2	100,00
EFC-Emissor de Cupom Fiscal Sweda	1	1.900,00
Nobreak NHS 1200	1	430,00
Pin Pad Gertec PPC 900 (Serial)	1	601,00
Total		13.331,00

Despesas Pré-operacionais	2.190,00
Consultoria	300,00
Legalização da empresa	890,00
Honorários do advogado	1.000,00

3. Quadro Estrutural de Custos dos produtos que serão comercializados.

3.1. Custos Variáveis

São aqueles que variam de acordo com o aumento ou diminuição da produção ou da venda do produto, ou seja, é diretamente proporcional a variação do produto.

Custo Variável	Unidade	Valor unitário	Sub Total	Total p/ Unid	Total
Comissão s/vendas			5% s/v		
Embalagens	490	0,10	49,00		
Fretes		1,02	500,00		
PRODUTOS					
Calça masculina Social	25	20,00	500,00	21,12	528,01
Calça Masculina Esporte/Jeans	30	21,00	630,00	22,12	663,61
Camisa Masc. Esporte/ Pólo	50	9,00	450,00	10,12	506,02
Camisa Masculina Esporte/Regata	50	7,00	350,00	8,12	406,02
Camisa masculina Social /ML	25	19,00	475,00	20,12	503,01
Calça Feminina Social	25	20,00	500,00	21,12	528,01
Calça Feminina Esporte/Jeans	60	20,00	1.200,00	21,12	1.267,22
Bermuda Feminina Jeans	50	15,00	750,00	16,12	806,02
Vestidos Festa	10	38,00	380,00	39,12	391,20
Vestidos Esporte	30	18,00	540,00	19,12	573,61
Saia Jeans/Mini	40	12,00	480,00	13,12	524,82
Camiseta Esporte/T.Q.C	40	9,00	360,00	10,12	404,82
Blusa Feminina Social	25	19,00	475,00	20,12	503,01
Macaquinho (Fem) Jeans	30	22,00	660,00	23,12	693,61
Total	490		8.299,00	264,69	8.299,00

3.2. Custos fixos:

São aqueles que independem da operação realizada, ou seja, produzindo-se ou vendendo-se em qualquer quantidade ou não, os custos fixos existirão e serão sempre os mesmos.

Custos Fixos	
Água	50,00
Energia Elétrica	150,00
Telefone / internet	100,00
Marketing	100,00
Aluguel	500,00
Salários	2.745,00
Material de Expediente	50,00
Total	3.695,00

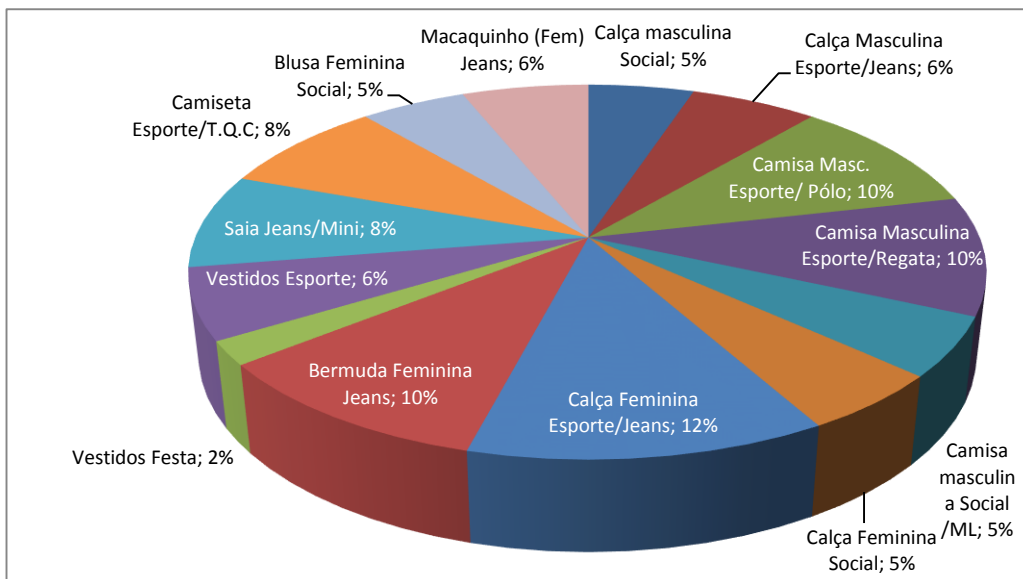
Custo Variável Total	8.299,00
Custo Fixo Total	3.695,00
Custo Total	11.994,00

4. Estratégias de Vendas:

A Mary Fashion Confecções tem como meta captar um número expressivo de clientes, e principalmente, manter essa clientela o que garantirá o seu sucesso no mercado, para isso oferecerá artigos de 1ª linha com preços bem acessíveis e também pretende fazer promoções mensais de determinados produtos, principalmente àqueles que não estão tendo um bom giro de estoque. Para isso é necessário que se faça um levantamento a respeito da participação nas vendas de cada produto ou mercadoria.

O gráfico abaixo nos dará essa visão que será utilizada como estratégia nas promoções desses produtos que demoram mais para girarem no estoque.

PRODUTOS	Qtd	% Partici. Vendas
Calça masculina Social	25	5%
Calça Masculina Esporte/Jeans	30	6%
Camisa Masc. Esporte/ Pólo	50	10%
Camisa Masculina Esporte/Regata	50	10%
Camisa masculina Social /ML	25	5%
Calça Feminina Social	25	5%
Calça Feminina Esporte/Jeans	60	12%
Bermuda Feminina Jeans	50	10%
Vestidos Festa	10	2%
Vestidos Esporte	30	6%
Saia Jeans/Mini	40	8%
Camiseta Esporte/T.Q.C	40	8%
Blusa Feminina Social	25	5%
Macaquinho (Fem) Jeans	30	6%
Total	490	100%



Ao observar os percentuais de participação de cada produto nas vendas, verifica-se que o produto de maior valor, no caso o vestido de festas, é o que terá menor participação nas vendas com 2%, portanto sendo um dos produtos que deverão ser analisados e escolhidos para possíveis promoções no sentido de tentar aumentar a sua venda assim como as mercadorias que pertencem ao “estilo social” que também tem uma pequena participação no empreendimento com um percentual que varia entre 5 e 6%.

A Calça Jeans Feminina é a que apresenta uma maior participação nas vendas em relação ao seu giro, com um percentual de 12%, isso demonstra que é uma mercadoria de grande demanda.

4.1. Determinação do Preço de Vendas

A formação de preços dos produtos ou das mercadorias é uma importante arma utilizada pelos administradores no sentido de alcançar um preço que seja justo e adequado ao tipo de cliente que será atendido pelo empreendimento.

Para se formar este preço existe várias maneiras, mas é necessário ter as informações de todos os custos que se adicionaram a ele desde a sua aquisição ou produção até a sua venda, o ideal é que este preço seja formado pela soma de todos os custos e despesas mais o percentual de lucro que o empreendedor estipular. Mas é claro que no mundo atual caracterizado principalmente pelo capitalismo onde o mercado é altamente competitivo a formação de preços deve também levar em conta outros fatores que podem ou não impactar em sua atividade

como, por exemplo, a concorrência ou então o tipo de mercadoria ou serviço que será lançado no mercado.

“Alguns especialistas afirmam que ter os preços definidos exclusivamente pelo mercado é um risco” (Crepaldi. p.336 - 2008).

Neste processo toda a atenção deve ser redobrada uma vez que se o preço praticado for muito além do normal o mercado vai rejeitar e o inverso poderá levar a ruína do negócio. Cabe então ao administrador ter o conhecimento necessário sobre a formação do seu preço de venda.

Fórmula para se encontrar o preço de venda:

$$PV = \frac{\text{Custo Total p/unidade}}{1 - (\text{Impostos} + \text{Margem de lucro})}$$

Onde: PV é o Preço de Venda

5. Ponto de Equilíbrio

Segundo Marques (p.12 - 2009), “o Ponto de Equilíbrio, nasce da conjugação de custos com as despesas totais”, é o momento em que ocorre a igualdade entre custos, despesas e receitas nas empresas, ou seja, não existe prejuízo nem lucro.

É imprescindível que o administrador conheça qual a quantidade mínima que precisa vender ou produzir para cobrir todas as suas despesas e ainda obter o lucro, e é através do Ponto de Equilíbrio que essa informação é transmitida facilitando a tomada de decisão.

Fórmula para calcular o Ponto de Equilíbrio

$$PE = \frac{\text{Custos Fixos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição}}$$

Abaixo é feita a demonstração do momento em que um determinado produto atingiu o seu ponto de equilíbrio.

Bermuda Feminina Jeans	
Preço de Venda	32,41
Custos + Despesas Var./Unid.	16,12
Custos + Despesas Fixas	377,04
Margem de Contribuição	16,29

TESTE DO PE	
PV	750,11
CV	373,06
CF	377,04
Qtde.	750,11

		Lucro		0,00	
PE em Unidade	=	377,04	=	23	
		16,29			
PE em R\$	=	PV. p/unid. x Qtde.PE		=	750,11

A tabela acima referente à “Bermuda Feminina Jeans”, nos mostra que a mesma atinge seu ponto de equilíbrio ao vender 23 unidades, sua receita atinge o valor de R\$ 750,11. Isso significa que a partir daí a empresa começa a captar seu lucro.

Segundo Sá (p.107. 2009), no Ponto de Equilíbrio a Margem de Contribuição é igual à soma de todos os gastos fixos da empresa.

5.1. Margem de Contribuição

É a diferença entre o preço de venda e o custo variável de cada produto é o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e que lhe pode ser imputada sem erro. (Martins, p.128; 2003).

Em outras palavras a margem de contribuição é a sobra que a entidade teve com seu preço de venda, após deduzir seus custos e que servirão para pagar seus custos fixos e ainda obter o Lucro.

Ela serve para que o administrador avalie, por exemplo, qual produto está sendo mais rentável ou mais prejudicial para a entidade, ou qual contribui mais para o pagamento dos custos etc. O quadro abaixo demonstrará essa situação.

Fórmula para calcular a Margem de Contribuição

$$MC = \text{Receita} - (\text{Custos variáveis} + \text{Despesas variáveis})$$

Quadro de Amostra da Margem de Contribuição de alguns produtos da Mary Fashion Confecções.

Amostra da Margem de Contribuição		
PRODUTO	Marg. de Contrib.	
Calça Feminina Jeans	695,87	35%
Bermuda Feminina Jeans	814,61	50%
Camiseta Esporte T.Q.C	562,92	58%
Camisa Masculina Regata	666,67	62%
Calça Masc Jeans	555,34	46%

O quadro acima mostra que a mercadoria que teve uma menor margem de contribuição em relação ao seu preço de venda, foi à calça jeans feminina com 35%, esse fato ocorreu devido seu custo variável ter sido alto correspondendo a 65% e a de maior contribuição foi à camisa regata masculina com 62% uma vez que o seu custo variável foi de apenas 38%.

6. Fluxo de Caixa

“É o saldo aritmético entre entradas e saídas de moeda no caixa a cada instante realizado, e ou projetado durante um determinado período, proveniente do movimento operacional da empresa” (Neto. p.92 1999).

O fluxo de caixa é um relatório onde são demonstradas todas as movimentações relativas às atividades de compra e venda de mercadorias e serviços em um curto prazo o que vem facilitar a decisão de antecipar a reposição do estoque. (Marques 2009).

Pode ser feito diário, semanal, ou mensal, mas quanto menor o prazo de sua realização melhor será a projeção no sentido de aumentar sua rentabilidade.

Demonstrativo do faturamento individual no ano de 2011 e alguns produtos.

FATURAMENTO NO ANO 2011	
Calça Feminina Jeans	28.268,60
Bermuda Feminina Jeans	19.447,58
Camiseta Esporte T.Q.C	11.612,86
Camisa Masc Regata	12.872,24

No demonstrativo acima é demonstrado o faturamento de alguns itens, onde se percebe que a mercadoria que teve maior receita foi a Calça Jeans Feminina impulsionada por alguns fatores como, por exemplo, foi um item comprado em maior quantidade que os demais por ser um produto de grande demanda por isso é um dos itens que apesar de ter um custo variável alto em relação a outros deve ser sempre investido, assim como a bermuda jeans feminina que também tem uma boa demanda, já a camisa regata masculina é um dos produtos com menor rendimento devido seu preço de venda ser muito baixo.

Mas, o fato da camisa regata masculina ter baixa influência em relação à receita da empresa não significa que não deva mais ser negociada, pelo contrário, é um produto que tem baixo custo variável como já foi verificado anteriormente na margem de contribuição por isso seu preço de venda se torna menor, ocasionando então uma boa demanda.

Abaixo é feito o fluxo de caixa dos mesmos produtos do quadro anterior projetado para o ano seguinte.

A projeção foi feita com base no IGPM, correspondente ao período compreendido entre agosto/2010 a setembro/2011 atualizado, em 1,0953503, mais a previsão de crescimento de 10% ao ano.

FATURAMENTO NO 2º ANO	
Calça Feminina Jeans	31.095,47
Bermuda Feminina Jeans	21.392,34
Camiseta Esporte T.Q.C	12.774,15
Camisa Masc Regata	14.159,46

A seguir, de posse dessas informações, é feito o levantamento do faturamento total dos produtos projetados para os próximos cinco anos, como se pode ver no quadro abaixo.

Ano 2011	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
197.161,64	216.877,81	238.565,59	262.422,15	288.664,36	317530, 80

7. Valor Presente Líquido

Também é conhecido com Valor Atual Líquido (VAL) ou Método do Valor Atual, “consiste em calcular o valor presente de vários pagamentos ou recebimentos iguais ou diferentes a uma determinada taxa e deduzir deste valor o fluxo inicial, ou seja, o investimento inicial”. (Pires, p. 81 2009).

Pode-se dizer que é a diferença entre o valor atual dos fluxos de recebimento com os de pagamento.

Costa (p.163) diz que o VPL “Significa trazer ao momento atual uma série de pagamentos ou recebimentos futuros baseados em uma determinada taxa de desconto”. Ou seja, pode ser verificado como ficaria um pagamento do futuro caso fosse realizado no presente.

No quadro abaixo será feito a demonstração do VPL individual.

Vestidos Festa							
ANOS	Investimento	Entrada de Caixa	Saída de Caixa	Fluxo de Caixa	Tx de Retorno a.a	Payback em Anos	Payback em Dias
0	475,49			-475,49			
1		7.670,34	1.495,35	6.174,99	1299%	0,08	28
2		8.437,37	1.637,93	6.799,44	1430%	0,07	25
3		9.281,11	1.794,11	7.487,00	1575%	0,06	23
4		10.209,22	1.965,17	8.244,05	1734%	0,06	21
5		11.230,14	2.152,55	9.077,59	1909%	0,05	19
VPL	R\$ 25.136,25	TIR	1.309%				

De acordo com os dados acima se verifica que o vestido de festa tem uma taxa de retorno anual bastante elevada chegando ao final de cinco anos a um percentual de 1909 com o payback em dias de apenas 19 ao encerrar o 5º ano. Isto significa que é uma mercadoria que dará um retorno bom já que à medida que vai passando os anos o seu payback em dias vai reduzindo tornando cada vez mais atrativo o seu investimento.

Taxa Interna de Retorno (TIR): É através do cálculo desta taxa que se pode determinar qual é a taxa de juros que um determinado negócio irá obter ao incidir sobre o capital que foi investido no início.

A TIR pode ser maior, igual ou menor que a taxa mínima de atratividade. Se a TIR for maior o negócio será considerado viável, se for igual quer dizer que o investimento não tem grande atratividade, pois se torna nulo, mas caso seja menor que a atratividade então significa que o negócio não deverá ser realizado, pois é risco certo.

Os dados mostrados no quadro acima referentes à TIR do vestido de festa informam que a mesma será de 1.309% indicando que é um investimento de retorno considerável.

A seguir será demonstrado o resultado final do VPL para a atividade da referida empresa projetada para os cinco anos.

VALOR PRESENTE LIQUIDO TOTAL							
ANOS	Investimento	Entrada de Caixa	Saída de Caixa	Fluxo de Caixa	Tx de Retorno a.a	Payback em Anos	Payback em Dias
0	23.299,00			-23.299,00			
1		197.161,64	154.712,74	42.448,90	182%	0,55	198
2		216.877,81	169.464,65	47.413,16	203%	0,49	177
3		238.565,59	185.623,15	52.942,44	227%	0,44	158
4		262.422,15	203.322,38	59.099,77	254%	0,39	142
5		288.664,36	222.709,23	65.955,14	283%	0,35	127
VPL	R\$ 159.609,70	TIR	192%				

Ao observar os dados informados na tabela acima, verifica-se que o VPL, apurado para os cinco anos ficou em R\$ 159.609,70. É um valor bem expressivo que comprova a atratividade do negócio para o empreendedor uma vez que o investimento inicial foi recuperado com uma boa margem de lucro.

Tempo de Retorno do Investimento (Payback): O cálculo deste, é que irá informar qual o tempo que levará para que o valor inicial investido seja recuperado pela entidade. O mesmo é medido de acordo com as entradas de caixa.

Pode-se notar que o TRI é bom, já que do primeiro momento ate o último houve um decréscimo acentuado no número de dias para a recuperação do investimento. E com relação ao TIR quanto menor o prazo desse retorno melhor será para a empresa indicando que a mesma não corre riscos no mercado.

8. Demonstração do Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial

A seguir será feito um resumo sobre o resultado da atividade desenvolvida pela empresa nos cinco anos projetados. Essas informações foram retiradas da DRE (Demonstração do Resultado do Exercício).

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO PERÍODO												
	2011	AV%	ANO 1	AV %	ANO 2	AV %	ANO 3	AV%	ANO 4	AV%	ANO 5	AV%
Receita Bruta de Vendas	197.162	100%	216.878	100 %	238.566	100 %	262.422	100 %	288.664	100 %	317.531	100 %
(-) Deduções de Vendas												
= Receita Líquida de Vendas	197.162	100%	216.878	100 %	238.566	100 %	262.422	100 %	288.664	100 %	317.531	100 %
(-) Custo da Merc. Vendida	-154.713	-78%	169.465	78%	185.623	78%	203.322	-77%	222.709	-77%	243.945	-77%
= Lucro Bruto	42.449	22%	47.413	22%	52.942	22%	59.100	23%	65.955	23%	73.586	23%
(-) Despesas Operacionais	-2.102	-1%	-2.303	-1%	-2.522	-1%	-2.763	-1%	-3.026	-1%	-3.315	-1%
Depreciação	-1.883	-1%	-2.063	-1%	-2.259	-1%	-2.475	-1%	-2.711	-1%	-2.969	-1%
Amortização	-219	0%	-240	0%	-263	0%	-288	0%	-315	0%	-345	0%
= Resultado Líquido do Período	40.347	20%	45.111	21%	50.420	21%	56.337	21%	62.929	22%	70.272	22%

Ao observar os dados acima nota-se que a atividade da empresa gerou lucro em todos os cinco anos para o qual foi feito a projeção.

A seguir uma amostra do Balanço Patrimonial Projetado para os cinco anos.

BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO PARA 5 ANOS												
	2011	AV%	1º ANO	AV%	2º ANO	AV%	3º ANO	AV%	4º ANO	AV%	5º ANO	AV%
ATIVO												
CIRCULANTE	51.227	80%	56.350	80%	61.985	80%	68.183	80%	75.001	80%	82.501	80%
Disponível	42.928	67%	47.221	67%	51.943	67%	57.137	67%	62.851	67%	69.136	67%
Caixa	42.928	67%	47.221	67%	51.943	67%	57.137	67%	62.851	67%	69.136	67%
Estoque	8.299	13%	9.129	13%	10.042	13%	11.046	13%	12.151	13%	13.366	13%
NÃO CIRCULANTE	12.419	20%	13.661	20%	15.027	20%	16.529	20%	18.182	20%	20.001	20%
Imobilizado	10.448	16%	11.493	16%	12.642	16%	13.906	16%	15.297	16%	16.826	16%
Moveis e utensílios	5.400	8%	5.940	8%	6.534	8%	7.187	8%	7.906	8%	8.697	8%
(-) Depreciação Acumulada	-540	-1%	-594	-1%	-653	-1%	-719	-1%	-791	-1%	-870	-1%
Computador e Periféricos	6.501	10%	7.151	10%	7.866	10%	8.653	10%	9.518	10%	10.470	10%
(-) Depreciação Acumulada	-1.300	-2%	-1.430	-2%	-1.573	-2%	-1.731	-2%	-1.904	-2%	-2.094	-2%
Equipamentos	430	1%	473	1%	520	1%	572	1%	630	1%	693	1%
(-) Depreciação Acumulada	-43	-0,1%	-47	-0,1%	-52	-0,1%	-57	-0,1%	-63	-0,1%	-69	-0,1%
Intangível	1.971	3%	2.168	3%	2.385	3%	2.623	3%	2.886	3%	3.174	3%
Despesas Pré-Operacionais	2.190	3%	2.409	3%	2.650	3%	2.915	3%	3.206	3%	3.527	3%
(-) Amortização Acumulada	-219	-0,3%	-241	-0,3%	-265	-0,3%	-291	-0,3%	-321	-0,3%	-353	-0,3%
TOTAL DO ATIVO	63.646	100%	70.010	100%	77.011	100%	84.712	100%	93.184	100%	102.502	100%
PASSIVO+ PL												

CIRCULANTE	8.299	13%	9.129	13%	10.042	13%	11.046	13%	12.151	13%	13.366	13%
Fornecedores	8.299	13%	9.129	13%	10.042	13%	11.046	13%	12.151	13%	13.366	13%
Patrimônio Líquido	55.347	87%	60.881	87%	66.970	87%	73.666	87%	81.033	87%	89.136	87%
Capital Social	15.000	24%	16.500	24%	18.150	24%	19.965	24%	21.962	24%	24.158	24%
Reserva de Lucro	40.347	63%	44.381	63%	48.820	63%	53.701	63%	59.072	63%	64.979	63%
TOTAL DO PASSIVO	63.646	100%	70.010	100%	77.011	100%	84.712	100%	93.184	100%	102.502	100%

8.1. Análise dos Indicadores Financeiros:

É através da análise financeira que se pode fazer à avaliação ou estudo da viabilidade, estabilidade e lucratividade de um determinado empreendimento ou projeto, ou seja, ela reúne uma série de instrumentos e métodos que possibilitam o diagnóstico da situação financeira da entidade, bem como, fazer a previsão a respeito do seu desempenho futuro.

8.1.1. Índices de Liquidez

8.1.1.1. Quociente de Liquidez Comum ou Corrente

É através deste índice que uma empresa demonstra quanto possui de capital circulante para honrar com suas obrigações de curto prazo. Pode-se obter dividindo o Ativo Circulante pelo Passivo Circulante.

QLC	=	$\frac{AC}{PC}$	=	X
------------	---	-----------------	---	----------

8.1.1.2. Quociente de Liquidez Geral

Com este índice pode-se avaliar se todos os recursos aplicados no ativo financeiro são suficientes para cumprir com todos os compromissos adquiridos pela empresa durante o exercício social.

QLG	=	$\frac{AC + REAL. L/P}{PC + EXIG. L/P}$	=	X
------------	---	---	---	----------

8.1.1.3. Quociente de Liquidez Imediata

Este quociente é o que avalia realmente a capacidade da empresa em cumprir de imediato com os passivos de curto prazo.

QLI	=	DISP	=	X
		PC		

8.1.1.4. Quociente de Liquidez Seca

O índice de liquidez seca avalia a capacidade da empresa em cumprir com obrigações de curto prazo, sem que a mesma utilize seu estoque como fonte de recurso, do pagamento das obrigações.

QLS	=	AC – ESTOQUES	=	X
		PC		

8.1.1.5. Capital Circulante Líquido

Este indicador informa qual o capital circulante líquido da empresa, pela diferença do ativo circulante e do passivo circulante.

CCL	=	AC - PC
-----	---	---------

Resumo dos Índices de Liquidez da Mary Fashion Confecções.

Índices	Comum	Geral	Imediata	Seca	CCL
Ano 2011	6,17	6,17	5,17	5,17	42.927,90
Ano 01	6,17	6,17	5,17	5,17	47.220,69
Ano 02	6,17	6,17	5,17	5,17	51.942,76
Ano 03	6,17	6,17	5,17	5,17	57.137,04
Ano 04	6,17	6,17	5,17	5,17	62.850,74
Ano 05	6,17	6,17	5,17	5,17	69.135,82

Ao observar o resultado dos quocientes de liquidez referidos acima, obtido nos cinco anos projetados pode-se verificar que o capital circulante foi suficiente para que a empresa Mary Fashion cumpra com os seus compromissos de curto prazo ao apresentar 6,17 de liquidez um índice muito bom já que segundo Padovese (2008) a

partir de 1,5 é ótimo, os demais índices todos demonstraram que a empresa tem suficiência de capital para honrar seus compromissos a curto prazo.

8.1.2. Quocientes de Endividamento

A composição de endividamento indica quanto da dívida total da empresa será pago em curto prazo, isto é, as obrigações a curto prazo comparadas com as obrigações totais. A composição do índice de endividamento é de que “quanto maior, pior”.

8.1.2.1. *Endividamento Total = ET*

Este quociente indica quanto dos recursos totais na empresa são alavancados por capitais de terceiros.

ET	=	PC + PNC	x	100	x%
		PASS. TOTAL			

8.1.2.2. *Quociente de participação das dívidas de curto prazo sobre o endividamento total: = QPDIV C/P*

Este indicador estabelece o percentual de quanto das obrigações totais equivalem aos passivos de curto prazo. Assim como se pode saber quanto do endividamento total vencem a longo prazo.

QPDIV C/Pz	=	PC	x	100	x%
ET		PC + PNC			

8.1.2.3. *Garantia de Capitais de Terceiros*

Este quociente indica o percentual de utilização pela empresa dos recursos de terceiros em relação aos recursos próprios. Quanto maior for à relação, maior será o risco de crédito apresentado. Obtido através da expressão.

GC 3ºs	=	PL	x	100	x%
		CT			

8.1.2.4. Imobilização do Capital Próprio

Este indicador evidencia quanto à empresa investiu para cada real de patrimônio líquido no ativo não circulante. Veja a sua fórmula para cálculo.

ICP	=	ANC	=	100	x%
		PL			

Resumo do Endividamento

Índices	Endividamento Total = ET	PC/ET	Garantia de Capital de 3º	ICP*
Ano 2011	13%	100%	667%	22%
Ano 01	13%	100%	667%	22%
Ano 02	13%	100%	667%	22%
Ano 03	13%	100%	667%	22%
Ano 04	13%	100%	667%	22%
Ano 05	13%	100%	667%	22%

*Imobilização do
Capital Próprio

De acordo com as informações do quadro acima, pode-se afirmar que o nível de endividamento da Mary Fashion é bem pequeno nos cinco anos projetados apresentando apenas 13% de endividamento total e a participação do capital de terceiros ficou em torno de 6,67% o que demonstra que não há grande dependência do capital próprio em relação ao mesmo inclusive a imobilização do capital próprio pode ser considerada razoável em torno de 22%.

8.1.3. Quociente de Indicadores de Atividades.

8.1.3.1. Rotação do Estoque

Com este quociente é possível descobrir qual o período de tempo que o estoque levou para girar, ou seja, quantas vezes o estoque sofre alteração no período por causa das vendas. A fórmula para seu cálculo é a seguinte:

RE	=	CPV	=	100	x%
		EM			

8.1.3.2. Rotação do Ativo ou Giro do Ativo

Assim como na Rotação do Estoque, este quociente nos permite conhecer qual o tempo que o ativo leva para sofrer alteração em decorrência das vendas realizadas no período. Por exemplo, quanto mais rápido o capital retornar, mais capital você tem para investir. Em resumo quanto maior o giro do ativo, melhor para a empresa. Sendo que este quociente é muito variável, ou seja, seu giro vai depender do ramo de atividade da empresa.

RA	=	Vendas	=	100	x%
		AM			

8.1.3.3. Prazo Médio de Pagamento

O prazo médio de pagamento é o período compreendido entre o momento em que foram efetuadas as compras e o momento de seu pagamento. Indica quanto tempo em média à empresa retarda para pagar seus fornecedores.

Índices	Rotação do Estoque	Estoque Médio	Rotação do Ativo	Ativo Médio	Pz Médio de Pagam	Compras
Ano 2011	18,64	8.299	4,54	43.472	19	154.713
Ano 01	19,45	8.714	3,25	66.828	19	170.295
Ano 02	19,37	9.585	3,25	73.511	19	186.536
Ano 03	19,28	10.544	3,25	80.862	19	204.327
Ano 04	19,20	11.598	3,25	88.948	20	223.814
Ano 05	19,12	12.758	3,25	97.843	20	245.160

Ao observar os dados acima, verificou-se que a empresa Mary Fashion tem uma rotatividade do seu estoque muito rápida, nos anos que foram analisados giraram em torno de 19 dias (360/18, 64), o mesmo ocorreu em relação à rotação do ativo que também foi muito boa com 79 dias (360/4,54). Isto decorre em função das mercadorias serem de baixo valor e não serem de longa duração. Em relação ao prazo médio de pagamento o mesmo é bem reduzido ficando em média 19 dias, se equivalendo ao prazo de rotação do estoque.

8.1.4. Quociente de Rentabilidade

8.1.4.1. Retorno sobre o investimento

Considerado por muitos autores como um índice de extrema importância para a Administração da empresa, dentre os quocientes de análise. Uma vez que evidencia, o retorno dos investimentos realizados na empresa. É o quociente que demonstra se os investimentos estão sendo suficientes para cobrir os gastos operacionais da empresa e ainda verificar com que frequência o ativo se renova através das vendas.

QRI	=	M	x	GA	=	x%
-----	---	---	---	----	---	----

A **margem de lucro das vendas** é calculada dividindo-se o lucro líquido pela venda líquida, multiplicado por 100.

M	=	$\frac{LL}{VL}$	x	100	=	x%
---	---	-----------------	---	-----	---	----

8.1.4.2. Retorno do Patrimônio Líquido

O quociente de retorno do Patrimônio Líquido demonstra quais foram os resultados totais colhidos pela administração na gestão de recursos próprios e de terceiros, em favor dos proprietários (Iudícibus. 2008). Pode-se também demonstrar qual o percentual é consumido pelo patrimônio líquido em relação ao lucro líquido do período. Pode ser calculado pela fórmula:

Tp	=	$\frac{LL}{PL}$	x	100	=	x%
----	---	-----------------	---	-----	---	----

Índices	Retorno Sobre o Investimento	Margem de Lucro das Vendas	Taxa de Retorno Própria
Ano 2011	93%	20,46%	72,90%
Ano 01	68%	20,80%	74,10%
Ano 02	68%	21,13%	75,29%
Ano 03	70%	21,47%	76,48%
Ano 04	71%	21,80%	77,66%
Ano 05	72%	22,13%	78,84%

Considerando os dados apresentados pela Mary Fashion, pode-se deduzir que a rentabilidade da mesma é excelente, uma vez que teve o seu retorno do investimento oscilando entre 68% (ponto mais baixo) e 93%, ou seja, ficou sempre acima dos 50%, seu lucro ficou entre 20,46% e 22,13%, e o retorno de capital sobre o investimento ficou entre 72.90% (ponto mais baixo) e 78.84%.

8.1.5. Fator de Insolvência

Por meio do cálculo desse fator é possível que o analisador das demonstrações contábeis, possa deduzir como anda a liquidez da empresa sob o aspecto financeiro que poderá prever, por exemplo, se a referida empresa corre risco de uma possível falência e descobrir também o que poderá levar a descontinuidade da empresa.

De acordo com Marion (2009), esse modelo de análise não tem por objetivo somente apurar um possível risco de falência, mas também conceituar a empresa, atribuindo-lhe uma nota, de (-) 7.0 a 7.0.

O mesmo autor, diz que se a análise demonstrar uma nota de (-) 7.0 à (-) 3.0, a situação tende a falência; se a nota for de (-) 3.0 a 0, a empresa encontra-se em um estado de penumbra; e se de 0 à 7.0, a empresa encontra-se em equilíbrio financeiro.

O Fator de Insolvência é obtido através da junção de vários índices. Atribuindo a cada resultado uma determinante, para então os valores atuais serem somados e diminuídos, de acordo com a expressão que segue:

$$FI = x1 + x2 + x3 - x4 - x5 = x$$

Índices	X1	X2	X3	X4	X5	F1
Ano 2011	0,036	10,08	18,36	6,54	0,049	21,992
Ano 01	0,037	10,08	18,36	6,54	0,049	21,992
Ano 02	0,038	10,08	18,36	6,54	0,049	21,993
Ano 03	0,38	10,08	18,36	6,54	0,049	21,994
Ano 04	0,39	10,08	18,36	6,54	0,049	21,994
Ano 05	0,39	10,08	18,36	6,54	0,049	21,995

Pelos resultados obtidos e que estão constando na tabela acima se observa que a Mary Fashion Confeccões apresenta um índice de solvência excelente com nota acima de 21, não havendo risco de falência, uma vez que segundo o conceito

de Marion (2009), a empresa que após a análise obtiver a nota de 0 a 7 está em equilíbrio financeiro

8.1.6. Overtrading

Todo e qualquer processo de criação de um negócio exige muito esforço, e dedicação de seus executores, e também certa prudência em relação aos objetivos que pretende alcançar por isso é primordial o conhecimento das atividades a serem realizadas.

Overtrading é conhecido como o “desequilíbrio financeiro” da entidade. Os administradores devem estar atentos para que seu empreendimento não caia nessa situação, que conseqüentemente lhe levará a descontinuidade da empresa, para que isso não venha a acontecer, somente deve realizar operações depois de ser feito a análise da viabilidade da mesma.

Pode-se destacar, por exemplo: comprar grande quantidade de produtos sem ter certeza se o mesmo irá ter um giro no estoque satisfatório ou ainda se endividar em Bancos para fazer algum investimento sem ter a certeza que ele será rentável e etc.

Índices	ANC/AT	AC/AT	PL/AT	CGP	ML/VL	E/AC	F/E	ACT/AV	AE/ACMV	V/CGP
Ano 2011	19,51%	80,49%	86,96%	16%	20,46%	16,20%	100%	0,04209%	0,05626%	1217.012
Ano 01	19,51%	80,49%	86,96%	16%	20,80%	16,20%	100%	0,04209%	0,05650%	1338.713
Ano 02	19,51%	80,49%	86,96%	16%	21,13%	16,20%	100%	0,04209%	0,05674%	1472.584
Ano 03	19,51%	80,49%	86,96%	16%	21,47%	16,20%	100%	0,04209%	0,05698%	1619.843
Ano 04	19,51%	80,49%	86,96%	16%	21,80%	16,20%	100%	0,04209%	0,05722%	1781.827
Ano 05	19,51%	80,49%	86,96%	16%	22,13%	16,20%	100%	0,04209%	-----	1960.010

De acordo com os dados do quadro acima se pode dizer que a empresa não tende ao desequilíbrio financeiro, uma vez que em relação a situação patrimonial, o total do capital investido está sendo absorvido mais pelo ativo circulante em torno de 80%, não havendo a imobilização do capital próprio logo, a Mary Fashion, esta com um grau de liquidez e solvência elevado. Propiciando dessa forma, no aumento de capital de giro próprio da empresa, comprovados, por exemplo, pelo elevado percentual do capital próprio em relação ao investimento total.

Em relação ao endividamento da empresa nota-se que não possui um elevado índice de obrigações a pagar, uma vez que de acordo com o índice de Maria da Veiga Cordovil Matrícula: 08116002601

aumento de capital de terceiros, a relação com o aumento das vendas é de apenas 4%. Logo as vendas estão sendo financiadas pelo capital próprio, contribuindo para o elevado indicador das vendas sobre o capital de giro próprio, que se mostrou satisfatório e acima da média.

8.1.7. EBITDA

O EBITDA é um indicador financeiro que permite ao analista verificar qual o retorno dos investimentos realizados na atividade operacional da empresa, não levando em conta, o resultado financeiro, que totaliza as despesas e receitas financeiras, assim como as deduções da receita de vendas pela depreciação e amortização e os impostos.

Em outras palavras se pode dizer que o EBITDA significa a geração operacional de caixa da entidade em questão, ou seja, é o quanto a empresa gera de recursos somente nas suas atividades operacionais, não levando em consideração os efeitos financeiros, dos impostos e as contas de depreciação e amortização. (www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/calculodoebitda).

		ANO 2011	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receita Bruta de Vendas		197.162	216.878	238.566	262.422	288.664	317.531
(-) Deduções de Vendas							
= Receita Líquida de Vendas		197.162	216.878	238.566	262.422	288.664	317.531
		-	-	-	-	-	-
(-) Custo da Merc. Vendida		154.713	169.465	185.623	203.322	222.709	243.945
= Lucro Bruto		42.449	47.413	52.942	59.100	65.955	73.586
(-) Despesas Operacionais		-2.102	-2.303	-2.522	-2.763	-3.026	-3.315
	Depreciação	-1.883	-2.063	-2.259	-2.475	-2.711	-2.969
	Amortização	-219	-240	-263	-288	-315	-345
= Lucro Operacional		40.347	45.111	50.420	56.337	62.929	70.272
(+) Adições							
	Depreciação	1.883	2.063	2.259	2.475	2.711	2.969
	Amortização	219	240	263	288	315	345
= EBITDA		42.449	47.413	52.942	59.100	65.955	73.586

De acordo com o resultado apurado demonstrado acima, se deduz que a empresa Mary Fashion Confecções obteve um bom retorno do seu investimento o

que vem comprovar o que já foi demonstrado anteriormente em outros índices uma vez que suas atividades geraram lucro crescente em todos os anos analisados chegando ao final do quinto ano projetado com um acréscimo de 73.35% sobre o lucro inicial que era de \$ 42.449,00.

9. Considerações finais

O mercado consumidor hoje se caracteriza pela grande competitividade, independentemente do ramo de atividade que será praticada, dessa forma torna-se necessário que as empresas estejam sempre buscando novas informações das práticas contábeis e as utilizem de forma correta para que possam estar em condição de enfrentar o mercado tornando-se forte para sua permanência no mesmo. A contabilidade é que vai lhes dar esse poder uma vez que dispõe de vários índices que se bem utilizados poderão auxiliar os administradores no sentido de uma melhor gestão.

Após analisar os dados projetados para cinco anos, fornecidos pela Mary Fashion Confecções “TG” EPP, para se verificar a viabilidade da implantação da mesma, se chegou a conclusão de que o negócio é bastante viável uma vez que

Dessa forma é possível afirmar que a entidade conseguirá manter suas atividades operacionais dentro do mercado, ainda mais levando-se em consideração que não tem uma grande concorrência portanto pouco competitivo.

REFERÊNCIA

Monografia - Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócios. Antônia Maria Batista de Souza Dias – UFPA-2004

Marques, Wagner Luiz, Viabilidade Econômica Empresarial, Prof. Dr. Wagner Luiz Marques – 2009 - Paraná

Artigo: Administração Financeira e Orçamentária e Empresarial – Gianpaollo Marcello Leão Santos e Gardel Relvas – UFPA-2004

www.sebraemg.com.br

Crepaldi, Silvio Aparecido – Contabilidade Gerencial: Teoria e Prática 4ª Ed. Atlas 2008 – SP

MARION, José Carlos. Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial / José Carlos Marion. – 4. Ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

Sá, Carlos Alexandre, Contabilidade para Não Contadores: princípios básicos de contabilidade para profissionais em mercados competitivos. Carlos Alexandre Sá, Ed. Senac 2009 Rio de Janeiro.

Martins, Eliseu – Contabilidade de Custos – Eliseu Martins / São Paulo – Ed. Atlas. 2003

Neto, Eduardo José – Olho no Caixa; Como desenvolver sua visão sobre a administração financeira – Eduardo José Neto / Livraria Nobel S.A – 1999 SP

Marques, Wagner Luiz – Fluxo de Caixa - Prof. Dr. Wagner Luiz Marques – 2010 – Paraná.

Pires, Lúcio Magno - Matemática Financeira com uso do Excel e HP 12 – Lúcio Magno Pires - Brasília - Ed. SENAC – 2009.

Costa, Gilberto José Corrêa, Iluminação Econômica; Cálculo e Avaliação – 4ª Ed. Gilberto José Corrêa da Costa – Edpucrs 2006.

Sites consultados:

www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/calculodoebitda.