

Universidade Federal do Pará
Centro Sócio – Econômico
Curso: Ciências Contábeis
Disciplina: Administração Financeira e Orçamentária Empresarial
Professor: Héber Lavor Moreira
Aluna: Milene Laise Silva Corrêa

O PLANO DE NEGÓCIOS – *Seducción shoes*

Belém
2007

Centro Sócio – Econômico
Curso: Ciências Contábeis
Disciplina: Administração Financeira e Orçamentária Empresarial
Professor: Héber Lavor Moreira
Aluna: Milene Laíse Silva Corrêa

O PLANO DE NEGÓCIOS – *Seducción shoes*

Trabalho acadêmico apresentado à Universidade Federal do Pará, como requisito para avaliação da disciplina Administração Financeira e Orçamentária Empresarial.
Orientado por: Professor Heber Lavor Moreira.

Belém
2007

Resumo

Este trabalho visa a importância da demonstração do estudo para viabilidade econômico-financeira no contexto do Plano de Negócios como fator preponderante para determinar as possibilidades de sucesso de um empreendimento.

Para que um empreendimento econômico alcance seus objetivos é necessário que tenha uma visão de futuro, e a missão traçada em seu Plano de negócios seja concretizada e dessa forma não venha a ser mais um empreendimento que aparece e desaparece do mercado em um curto espaço de tempo. A pessoa que quer investir o seu dinheiro não pode prever o futuro, mas a partir do momento que é feito o seu Plano de Negócios ela passa ter idéia de como o seu empreendimento irá se desenvolver, daí então a necessidade de um planejamento.

Este projeto trabalha a viabilização para o processo de implantação de uma sociedade limitada voltada para a operacionalização calçadista, como forma de suprir demanda necessitada de produtos de excelente qualidade e preços compatíveis, visando auferir lucro operacional de clientela de alto e médio poder aquisitivo da área comercial de Belém.

Para o perfeito sucesso do empreendimento um eficiente estudo prévio do mercado local foi realizado, percebendo-se que o empreendimento viável que supre a necessidade da demanda comercial local e gerando lucro e satisfação da clientela.

INDICE

Resumo.....	2
Business Plan - Plano de Negócios.....	6
Sumário para decisão.....	7
Missão	7
Valores.....	7
Objetivo.....	7
Meta	8
Oportunidades estratégicas.....	8
O Negócio, O Desafio.....	8
O Mercado	8
A Concorrência	8
Quantidade de Concorrentes	9
Tabela analítica dos principais concorrentes	9
Diferencial Competitivo	10
A Localização	10
Os Diferenciais	10
A Propaganda.....	10
Potencialidades da empresa.....	10
Cenário futuro para o mercado	11
Necessidade de Mercado a ser atendida.....	11
Estratégias de negócio.....	11
Estratégia de Preços Integrada	11
Estratégia de Desnatação	11
Estratégia de Negociação	11
Dados dos Dirigentes.....	12
Projeção de Vendas.....	12
A análise S.W.O.T da sapataria Sedución shoes	12
Ambiente Externo	12
Ambiente Interno	12
Fatores Críticos de Sucesso	13
Benefícios Esperados	13
Junto aos Fornecedores:	13
Junto aos Clientes:	13
Plano Financeiro	13
Necessidade de Capital de Giro.....	14
Gastos com Implantação.....	14
Despesas Pré-operacionais	14
Despesas Operacionais	15
Custos Fixos	15
Recursos Necessários.....	15
Recursos Físicos.....	15
Recursos Humanos	16
Quadro Resumo dos Produtos.....	16
Folha de Custos do Produto	16

Margem de Contribuição	17
Formação de Preços	17
Ponto de Equilíbrio	18
Fluxo de Caixa Consolidado	19
Valor Presente Líquido	19
Período Pay Back – Time of Return on Investment	19
VPL – Value Present Liquid	19
TIR – Internal Tax of Return %	20
Indicadores Financeiros	20
Liquidez Corrente	21
Liquidez Imediata	21
Liquidez Seca	21
Garantia de Capital de Terceiros	21
Quociente de Participação dos Capitais de Terceiros sobre Recursos Totais	22
Capital Circulante Líquido	23
Imobilização do Patrimônio Líquido	23
Indicadores Overtrading	23
Ebitda ou Lajida	25
Conclusão	27
Bibliografia	44

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 a venda de uma banca de bombom num local onde fluxo de crianças é pequeno, 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 sapataria de alto nível. Para quem quer montar seu próprio negócio e pretende investir em um negócio de alta penetração de mercado, uma sapataria feminina pode ser considerada uma boa idéia, pois apresenta baixo risco, proporciona boa rentabilidade e retorno do capital investido em curto período de tempo.

Roteiro - 1a. Proposta

1. Prospecto Elucidativo

Sumário para decisão

Entre todos os acessórios do guarda-roupa feminino, o sapato é, possivelmente, o que mais atrai desejos e sonhos. É difícil encontrar uma mulher que, diante de uma vitrine repleta de calçados, não pare para olhar ao menos um par. E, muitas vezes, olhar não basta: é preciso comprar!

Eles são irresistíveis. Têm curvas sensuais, formatos surpreendentes, cores provocantes, materiais inusitados. Melhor ainda: num mundo em que manequim acima de 40 parece uma anomalia, caem bem até em quem está acima do peso. Para muitas mulheres, comprar um par de sapatos é prazer capaz de aliviar demissão, dor-de-cotovelo, traição, coração partido e até algum desastre na cadeira do cabeleireiro.

Belos sapatos aumentam o potencial de sedução, e não é preciso ser nenhum podólatra para entender por que o fetichismo em torno dos pés tem um capítulo especial na história do comportamento erótico. Em termos bem objetivos, o sapateiro chique Fernando Pires, conhecido pelos modelos escancaradamente fetichistas, resume: "Eu procuro fazer produtos que seduzam as mulheres. Elas, por sua vez, vão seduzir seus namorados e maridos e causar inveja nas amigas". A inglesa Caroline Cox, autora de *Stiletto* diz: ele torna a mulher, ao mesmo tempo, "submissa e agressiva, fetiche e fetichista, predadora e presa".

Um sapatinho de cristal uniu Cinderela a seu príncipe encantado e desde então muitas mulheres viveram infelizes para sempre por não ter um igual.

A boutique Sedución shoes vem para aumentar o poder e a sedução tipicamente femininos através de sapatos clássicos, ousados e cobiçadíssimos que revele a graciosidade, a versatilidade e a exclusividade tanto de produtos como de serviços, que satisfaçam a vontade feminina no dia-a-dia ou numa mudança total no jeito de se portar.

Missão

Buscar continuamente a satisfação dos clientes por meio de atendimento rápido, diferenciado e exclusivo, priorizando técnicas avançadas para assegurar a qualidade de modelos atuais com design e detalhes preciosos, perfeitos e delicados.

Valores

- I Ética;
- II Responsabilidade;
- III Competência;
- IV Trabalho em Equipe;
- V Confiança;
- VI Pontualidade;
- VII Estilo.

Objetivo

- I Consolidar-se o mercado consumidor, como uma empresa de elevadíssimo grau de qualidade e atendimento ao cliente;
- II Preço justo para o mercado consumidor;
- III Expandir seu mercado na área comercial de Belém e posteriormente outros estados, provando que é viável fazer um empreendimento para suprir demanda de alto e médio poder aquisitivo e obter retorno financeiro de curto prazo e lucratividade operacional positiva.

Meta

Aumentar o faturamento da empresa em no mínimo 15% no decorrer de cada exercício social, para que a mesma venha a alavancar a sua lucratividade operacional positiva, tornando-se líder no mercado do segmento calçadista, tornando-se expoente em seu ramo.

Oportunidades estratégicas

O Negócio, O Desafio

Muitas mulheres adoram sapatos. Chegam a ser aficionadas.

Pelos pés, elas mostram sua feminilidade, diferentes estilos e personalidades.

Os homens até estranham seu comportamento: mesmo possuindo dezenas de pares no guarda-roupa, de variados modelos e cores, elas sempre alegam à necessidade de um novo. Sem falar naquelas que dedicam cuidados carinhosos, tratando o sapato como algo sagrado.

É trabalhando a idéia da satisfação feminina não só pela aquisição do produto de alta qualidade, mas pela sensação de satisfazer a necessidade de alta-estima, de ser bem vestida, de ser bem tratada, e principalmente, de expressar e ser feminina nas mais diversas situações.

O Mercado

Com a crise no setor calçadista após a queda nas exportações, os fabricantes estão revendo sua vocação e incluíram calçados femininos nas linhas de produção para salvar as vendas.

Enquanto as mulheres consomem oito pares de sapatos por ano, os homens compram, em média, apenas dois, de acordo com informações de fabricantes.

Isso faz com que o comportamento dos lojistas também seja distinto: as lojas femininas repõem seus estoques com grande agilidade para acompanhar as tendências da moda, ao passo que as masculinas fazem encomendas com menos frequência.

"No segmento masculino os produtos podem levar até seis meses para serem vendidos", diz José Geraldo de Andrade, presidente da fabricante francana J.Gean, que abandonou os calçados masculinos em 1999. Segundo ele, o custo da matéria-prima é o mesmo para os dois produtos. A diferença está na etapa de desenvolvimento, que pode custar três vezes mais.

Apesar do otimismo, a mudança não é uma garantia de sucesso porque a concorrência neste mercado também é grande.

A boutique Sedución shoes vem apostando no diferencial para atenuar e vencer a concorrência. Essa inovação é evidenciada na propaganda e na publicidade que através situações diárias tipicamente femininas relacionadas à paixão por sapatos torna estreita a relação da empresa com o universo feminino.

Também trabalhamos a alta qualidade e a exclusividade de serviços e produtos na satisfação do bem-estar e do bem vestir, para que a mulher consumidora se sinta valorizada não só no atendimento, mas também no usufruto de qualquer dos nossos produtos.

A Concorrência

A sapataria Sedución shoes, priorizou para que houvesse o sucesso do empreendimento calçadista, a análise criteriosa dos principais concorrentes da área comercial de Belém, sendo esta análise feita através de pesquisas de campo, constatando-se a necessidade da oferta de calçados de excelente qualidade e preço concorrencial para atender a clientela de alto e médio poder aquisitivo.

Observando-se que os principais concorrentes da sapataria Sedución shoes são:

- as sapatarias de boa qualidade, porém preços elevados;
- as sapatarias estabelecidas no complexo Brás de aguiar;
- as sapatarias do Shopping Iguatemi e Castanheira;
- os representantes comerciais de calçados e marcas exclusivas;
- os grandes magazines;

Quantidade de Concorrentes

Os concorrentes diretos da sapataria Sedución shoes são aproximadamente 10 sapatarias localizados na área comercial de Belém.

A grande parcela da concorrência da sapataria Sedución shoes estão em desvantagens com relação a conquista dos clientes. Já as dificuldades com os concorrentes diretos, são as sapatarias equipadas, com grau de excelência, conforto e qualidade, relaciona-se à questão de adequar o preço concorrencial, isto é, produzem serviços de excelente qualidade, oferecem produtos sofisticados, porém o preço não está adequado a clientela, ocasionando perdas.

Tabela analítica dos principais concorrentes

Atributos	Diferenciais	Sapatarias do complexo Brás de Aguiar	Sapatarias do Shopping Iguatemi e Castanheira	Representantes comerciais de calçados e marcas exclusivas	Grandes magazines
Produtos	Elevado grau de produtos e serviços	Elevado grau de produtos e serviços	Elevado grau de produtos e serviços	Elevado grau de produtos e serviços	Qualidade mediana de produtos e serviços
Preço	Preço compatível	Preço elevado	Preço compatível	Preço elevado	Preço compatível
Qualidade	Qualidade alta	Qualidade alta	Qualidade alta	Qualidade alta	Qualidade mediana
Estratégia de marketing	Panfletos, rádio, marketing da loja, marketing televisivo e representantes comerciais.	Rádio, marketing da loja.	Panfletos, rádio, marketing da loja.	Panfletos e representantes comerciais.	Rádio, marketing da loja, marketing televisivo.
Localização	Localização estratégica Excelente	Localização estratégica Excelente	Localização estratégica Excelente	Localização estratégica boa	Localização estratégica boa
Atendimento	Personalizado, de qualidade e eficiente.	Excelente qualidade.	Qualidade mediana.	Boa qualidade	Qualidade mediana.
Vantagem competitiva	Marketing empresarial, diversificação e qualidade nos produtos e preço.	Diversificação de produtos	Preço	Qualidade nos produtos.	Diversificação de produtos
Pontos Fortes	Aumento considerável de sua clientela, devido investimento em marketing, conforto e qualidade de atendimento, gerando o aumento das receitas operacionais.	Elevado grau de produtos e serviços	Preço compatível	Excelente qualidade	Preço compatível
Pontos Fracos	Maiores gastos operacionais devido medidas de marketing, diversificação do produto.	Preço elevado	Qualidade mediana	Preço elevado	Qualidade e atendimento mediano

Diferencial Competitivo

A sapataria Sedución shoes priorizou um criterioso estudo prévio de seus concorrentes no mercado local para posteriormente adotar medidas de caráter administrativo visando consolidação da conquista de sua clientela alvo.

Com base na análise da concorrência de mercado os gestores da sapataria adotaram estratégias de marketing, priorizando de maneira positiva e eficiente a qualidade de seus produtos e atendimento ao cliente, sendo fatores diferenciais da sapataria Sedución shoes em relação a concorrência do mercado :

- Preço compatível;
- Excelente qualidade de produtos e serviços;
- Produtos exclusivos;
- Promoções estratégicas visando conquistar público alvo.

A Localização

A boutique "Sedución" se localiza na Avenida Brás de Aguiar nº 451, que constitui um complexo comercial de alta penetração no mercado A e de grande conceito no público em geral.

Razão Social: Família Corrêa Ltda.

Nome de fantasia: Sedución shoes

CNPJ: 05.252.254/0001-32

Inscrição Estadual: 151002789

Endereço: Avenida Brás de Aguiar nº 451- Bairro: Nazaré

Fone: (91) 3255 25 25

Fax: (91) 3255 12 13

E-Mail: seducion@shoes.com.br

Os Diferenciais

- A **Excelência** na aquisição de produtos de alta qualidade;
- A **Exclusividade** de produtos e serviços;
- A busca pela **Satisfação** de seus consumidores;
- O alto **Conhecimento de Mercado** o que evidencia a sintonia com as mais novas tendências e a proximidade com o seu público alvo, o feminino;
- O apurado **Conhecimento do Público Alvo** possibilita vislumbrar os gostos e as necessidades do universo feminino e atuar com **Prontidão** sanar esse novo desafio.

A Propaganda

As peças que compõem a divulgação - outdoor duplo, anúncios, jingle, filme e material de ponto de venda - exibem situações irreverentes e ao mesmo tempo verdadeiras, relacionadas a esta paixão feminina. As imagens mostram, entre outras atitudes, a mulher escondendo do marido seus sapatos novos, caminhando com a ponta dos pés em chão de brita para não estragar o salto, ou retirando uma roupa da mala cheia para colocar mais um par do seu amigo inseparável. Também não poderia faltar aquele armário repleto de calçados pretos, praticamente iguais, onde a mulher pára na frente e permanece um bom tempo escolhendo qual sapato vai usar.

Todas as lojas da rede serão decoradas com o material da campanha. O jingle e o filme terão o ritmo embalado pela música "Eu", do gaúcho Frank Jorge, que ficou famosa com a banda Pato Fu, cujo trecho mais marcante é "Eu queria tanto encontrar uma pessoa como eu".

Potencialidades da empresa

- I Alto grau de conhecimento adquiridos sobre sapatos;
- II Alto grau de conhecimento adquirido sobre as necessidades do mercado;
- III Alto grau de excelência, conforto e elegância;

- IV O prestígio de seus produtos exclusivos que se mantêm através de especialização contínua, sempre em sintonia com as mais novas tendências e materiais;
- V A confecção dos sapatos e acessórios comercializados utiliza processos artesanais que garantem conforto. E isso garante a vanguarda das tendências nacionais e internacionais;

Cenário futuro para o mercado

A implantação da sapataria Sedución shoes visa a médio e a longo prazo a consolidação do ramo de calçados de elevado grau de qualidade e excelente diferencial concorrencial na área comercial de Belém, visando futuramente a expansão para outros estados, provando a viabilidade e a rentabilidade operacional positiva do empreendimento, que tem por objetivo a satisfação do público que procura calçados e serviços de primeira linha.

Necessidade de Mercado a ser atendida

O empreendimento sapataria Sedución shoes visa a atender a demanda da clientela de alto e médio poder aquisitivo após a constatação através de especialistas, consultores de empreendedorismo e pesquisadores de campo constatarem a necessidade da oferta do ramo de calçados de excelente qualidade para suprir as necessidades do público alvo desejado, gerando mercado consumidor e garantido a satisfação da clientela.

Estratégias de negócio

▪ Estratégia de Preços Integrada

Consiste em flexibilizar as novas tecnologias no escopo de permite o alcance de milhões de possíveis compradores e vendedores de forma barata apenas com uma mensagem geral ou individualizada. Primeiro, decidimos a melhor forma de contactar os clientes. O próximo passo é analisar qual a melhor estratégia de preços que deve utilizar com cada classe de compradores.

Por exemplo, pode-se chegar a um cliente tipo A através de uma página da Web personalizada para cada cliente com os seus gostos bem definidos e com um mecanismo de leilão on-line. Por outro lado, os clientes tipo C receberão um e-mail semanal não personalizado anunciando os preços para vários produtos. Neste âmbito o Marketing terá de afinar estratégias por forma a melhorar a performance do comércio, atingindo de forma mais eficaz os desejos dos seus clientes.

Nota:

São considerados clientes tipo A, aqueles que não são sensíveis ao preço e que são considerados muito importantes para as empresas;

Os clientes tipo C são em maior número e são aqueles que apresentam uma menor lealdade para com a empresa.

▪ Estratégia de Desnatação

Consiste na prática de preços elevados, de modo a conquistar apenas os segmentos constituídos por inovadores e pioneiros. À medida que vão ser introduzidos novos modelos, os preços vão baixando e cada vez que o preço baixa a empresa consegue penetrar num novo segmento de mercado.

▪ Estratégia de Negociação

Na estratégia de negociação os preços resultam de leilões que decorrem on-line. Os leilões vêm sucessivamente ganhando importância no mercado e traz o diferencial para os clientes tipo A e a exclusividade e qualidade dos produtos leiloados.

Dados dos Dirigentes

A composição acionária da empresa está subdividida como segue :

Sócios	Participação Societária	%
Milene Corrêa	R\$ 55.000,	50%
Marina Corrêa	R\$ 55.000,	50%

A entidade jurídica organizacional será do tipo sociedade LIMITADA, sendo constituída por dois sócios: Milene Corrêa e marina Corrêa, sendo a responsabilidade de cada sócio restrita ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social que será constituída na proporção de 50% para cada sócio.

A administradora Milene Corrêa (diretora comercial) será responsável pelas negociações com os credores em geral, organização de métodos de compras viáveis economicamente para que a empresa obtenha cada vez mais o aumento de sua rentabilidade operacional positiva.

A contadora Marina Corrêa (diretora contábil) terá a função contábil, controles e transferências dos estoques contas a pagar, contas a receber, análises das demonstrações financeiras.

Projeção de Vendas

A sapataria Sedución shoes objetiva vender em média 1.620 sapatos por mês, sendo que o lucro deve superar o investimento inicial do empreendimento em no mínimo 15%, porcentagem crescente e cumulativa a cada exercício social.

Vendas	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Valores	999.346,71	1.149.248,72	1.321.636,02	1.519.881,43	1.747.863,64

A análise S.W.O.T da sapataria Sedución shoes

A análise estratégica de S.W.O.T irá possibilitar ao empreendedor da sapataria Sedución shoes visualizar a empresa em relação as oportunidades e ameaças existentes no mercado, assim como identificar suas forças e fraquezas .

Ambiente Externo

Oportunidades	Ameaças
Demanda necessitada da oferta de calçados de excelente qualidade, prestação de serviços diferenciada e exclusiva, a preço compatível.	A concorrência das sapatarias localizados na área comercial de Belém, complexo Brás de Aguiar.
Satisfação da clientela com relação ao produto e aos serviços, assim como em relação ao ambiente físico, que proporciona conforto, elevado grau de qualidade do produto, gerando aumento considerável das vendas	A dificuldade na mudança de hábito do mercado consumidor de alto e médio poder aquisitivo.
Exclusividade e conforto	O padrão de conforto da concorrência

Ambiente Interno

Pontos Fortes	Pontos Fracos
O conhecimento amplo do ambiente competitivo e do público alvo dessa atividade, conhecimento adquirido através de pesquisas no ramo que facilitam a gestão. Estudo prévio do mercado para implantação do empreendimento de maneira bem sucedida, alavancando a operacionalidade positiva do	Dificuldade inicial da empresa em obter clientela fiel, devido o recente ingresso da empresa no mercado.

empreendimento.

Fatores Críticos de Sucesso

(++) Escassez de produtos e serviços exclusivos de excelente qualidade e preço compatível no mercado comercial de Belém estimulará a demanda para a obtenção do produto, gerando cada vez mais a lucratividade operacional positiva.

(- -) Dificuldade inicial da empresa em obter clientela fiel, devido o recente ingresso da empresa no mercado.

(- +) Gerar a fusão entre conforto, qualidade e preço compatível, objetivando a atender o público alvo .

Benefícios Esperados

Junto aos Fornecedores:

- Prazos de pagamento maiores;
- Otimização de custos;
- Redução das despesas;
- Maior qualidade nos produtos adquiridos;

Junto aos Clientes:

- Melhores resultados nas promoções;
- Conhecimento mais apurado das necessidades dos clientes;
- Maior identificação do público alvo;
- Otimização das práticas estratégias de marketing junto aos clientes;
- Ampliar o Mix de produtos oferecidos;

Plano Financeiro

O investimento inicial foi de R\$ 112.575,41, tendo a empresa como meta a venda de 1.620 em cada exercício social, objetivando um lucro operacional até o quinto exercício social de 75% do investimento inicial do empreendimento.

A empresa foi constituída com capital integralizado de R\$ 112.575,41, integralização em dinheiro de R\$ 9.823,05, integralização em estoques de R\$ 55.848,62, em imobilizado R\$ 10.103,74 e diferido de R\$ 6.800,00 a ser amortizado em 120 meses.

Balanco de Abertura	
ATIVO	PASSIVO
- Circulante	- Exigível a Longo Prazo
<u>Disponível</u>	Fornecedores 55.848,62
Caixa 9.823,05	
Banco 30.000,00	- Patrimônio Líquido
	Capital Social 56.726,79
<u>Estoques</u>	
Estoque - material de expediente 3.180,08	
Estoque - material de limpeza 67,54	
Estoque - produtos p/ revenda 52.601,00	
- Permanente	
<u>Imobilizado</u>	
Móveis e Utensílios 3.776,32	
Máquinas e Equipamentos 6.327,42	
<u>Diferido</u>	
Gastos pré-operacionais 3.000,00	
Legalização 800,00	
Advogado 1.000,00	
Contador 2.000,00	

Total do Ativo	112.575,41	Total do Passivo	112.575,41
-----------------------	-------------------	-------------------------	-------------------

Necessidade de Capital de Giro

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

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

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

Necessidade de Capital de Giro		\$
1	Caixa	9.823,05
	Pagamento de Funcionários	7.800,00
	Encargos Sociais	1.807,05
	Pagamento de Água / Luz / Telefone	216,00
2	Banco	30.000,00
3	Compra de Material de Limpeza	67,54
4	Compra de Material de Expediente	3.180,08
5	Compra de produtos para Revenda	52.601,00
	Investimentos	
8	Móveis e Utensílios	3.776,32
9	Máquinas e Equipamentos	6.327,42
	Gastos	
10	Gastos Pré-operacionais	3.000,00
11	Legalização	800,00
12	Advogado	1.000,00
13	Contador	2.000,00
TOTAL		112.575,41

▪ Gastos com Implantação

Itens	Valores
Caixa	9.823,05
Banco	30.000,
Material de expediente	3.180,08
Material de Limpeza	67,54
Produtos para Revenda	52.601,00
Móveis e Utensílios	3.776,32
Máquinas e Equipamentos	6.327,42

▪ Despesas Pré-operacionais

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

Gastos pré-operacionais	3.000,
Legalização	800,

Advogado	1.000,
Contador	2.000,

▪ **Despesas Operacionais**

Despesas operacionais são gastos incorridos na venda, administração e financiamento das operações. Ou seja, é todo sacrifício, todo esforço da empresa para obter receita. Ela é refletida no Balanço Patrimonial através de uma redução do caixa (à vista) ou aumento de uma dívida, com conseqüente aumento do Passivo (à prazo) ou ainda na redução de Ativo como depreciação.

Internet	99,98
Água	50,
Luz	80,
Telefone	96,
Aluguel	1.500,
Material de Limpeza	67,54
Material de Expediente	1.180,08
Depreciação	1.398,57
Segurança	300,
Salário - Administrador	2.000,
Salário - Secretária	700,

▪ **Custos Fixos**

Os custos fixos são aqueles que independem da produção empresarial ou de seu volume de vendas. Muitos estudiosos consideram esses custos como sendo encargos de funcionamento já que incorreram inclusive na ausência de atividade empresarial.

Encargos Sociais	1.807,
Salário - Vendedor	1.500,
Salário – Representante Comercial	2.400
Salário - Caixa	1.200

Recursos Necessários

Para a iniciação da operacionalidade da sapataria Sedución shoes serão necessários investimentos em recursos físicos e recursos humanos.

▪ **Recursos Físicos**

Bens	Descrição	Valor Mensal
Móveis e Utensílios	Vitrines (4), prateleiras (5), espelhos (5), balcão(2), arquivo móvel (2), sofá (5), mousepad (3), grampeador (3), cesto de lixo (5), furador de papel (3).	R\$ 3.776,32
Máquinas e Equipamentos	CPU (3), monitor (3), modem(1), mouse (3), teclado (3), impressora (2), bebedouro (1), cafeteira (1), frigobar (1), ar condicionado (1), aparelho telefônico (2), fax (1), calculadora (1).	R\$ 6.327,42
Material de Expediente	Panfleto(2.000), cartão de visita (1.000), carnê de fiscal (5), papel de presente (50), caneta (2), lápis	R\$ 1.180,08

	(5), corretivo (5), borracha (10), fita para presente (10), fita gomada (5), papel A4 (100), papel carbono (20), fita para fax (5), grampo (10), copo descartável para café (20), copo descartável para água (20), lenço de papel (20), sacolas (P, M,G), embalagens (P, M, G)	
Material de Limpeza	Desinfetante (5), detergente (10), limpa vidros (3), desodorizador de banheiros (10) e de ambiente (5), flanela (5), vassoura (2), escova (2), saco de lixo (1).	R\$ 67,54

▪ Recursos Humanos

A estrutura funcional da entidade organizacional jurídica restaurante Sedución shoes terá como dirigentes os dois sócios – proprietários, Milene Corrêa e Marina Corrêa que receberão pró – labore de igual valor, sendo que os sócios serão responsáveis por todas as tomadas do processo decisório centralizado organizacional.

A empresa também é composta de 10 colaboradores: 1 administrador, 3 vendedores, 3 representantes comerciais, 1 caixa e 1 secretária, possuindo uma estrutura organizacional simples .

Função	Salário	Quantidade	Valor Mensal
Administrador	2.000,	1	2.000,
Vendedor	500,	3	1.500,
Representante Comercial	800,	3	2.400,
Caixa	600,	1	600,
Secretária	700,	2	1.400,

Quadro Resumo dos Produtos

Sapatos	Scarpan, channel, rasteirinha, tamanco, sandália, botas cano curto e longo, tennis Adidas e Nike.
Acessórios	Bolsas sociais, esportivas, moda praia e executiva; cintos sociais e esportivos; meias sociais e esportivas.
Jóias	Colares e Gargantilhas de miçanga, aço, ouro e pérolas; pulseiras e braceletes de miçanga, aço, ouro e pérolas; brincos de miçanga, aço, ouro e pérolas.

Folha de Custos do Produto

Para calcular os custos variáveis de nossos produtos, primeiramente calculamos o preço unitário para cada classe de produtos ofertados, tendo, por exemplo, o tennis um custo unitário x e a bota um custo unitário y, frisando a não utilização de rateios para o cálculo dos Custos Variáveis. Para o cálculo ainda deste custo adicionamos o valor da embalagem do produto (sacolas personalizadas da loja) que constam como um serviço nosso.

Já no cálculo dos Custos Fixos dividimos cada custo considerado fixo por 1.640, a quantidade de produtos adquiridos para revenda. Como segue o modelo:

Custo do Scarpan			
Custos Variáveis		\$	Valor. Total
1	Custo do Scarpan	16,90	1.690,00
2	Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos		\$	Valor. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		18,25	1.757,50
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		22,46	-

Margem de Contribuição

A Margem de Contribuição pode ser vista como a contribuição per si ou por si só, do produto para o resultado da empresa. Interessante para a empresa, sob a visão simplista, é incrementar as vendas dos produtos que mais deixam resultados para a empresa, ou seja, os que deixam ou geram maior Margem de Contribuição.

A equação utilizada para o cálculo da Margem de Contribuição é a seguinte:

Margem de Contribuição	Preço de Venda – Custos variáveis
-------------------------------	-----------------------------------

E a aplicação de tal equação foi trabalhada conforme exemplo:

Scarpan		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	53,48	100
(-) Custos Variáveis / unidade	18,25	34
(=) Margem de Contribuição	35,23	66
(-) Custos Fixos	4,21	8
LUCRO	31,02	58

Formação de Preços

Depois de calculado o custo total unitário do produto (custos fixos + custos variáveis) é importante que se saiba que tipo de imposto incidirá naquele produto ou serviço e qual será a margem de lucro desejada.

No caso de uma sapataria o imposto incidente é ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços), que tem como fato gerador a saída da mercadoria do estabelecimento do contribuinte.

Art. 1º O Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços e operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive o fornecimento de

alimentação e bebidas em bares, restaurantes e estabelecimentos similares; (art. 1º da Lei nº 6.012/96)

A alíquota do ICMS utilizada foi de 8% para todos os produtos comercializados pela sapataria Sedución shoes, porém a Margem de Lucro desejada sofreu variação conforme o tipo do produto. Para os sapatos a Margem de Contribuição foi de 50%; para os acessórios a Margem varia de 40% a 55%; já as jóias a variação da Margem é maior, de 35% a 60%.

A equação utilizada na formação de preço é a seguinte:

Preço de Venda	Custo Total
	1 - (Imposto + ML)

E a aplicação de tal equação foi trabalhada conforme exemplo:

Preço do Scarpan	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	75
1 Custo Fixo	4,21
2 Custo Variável	18,25
Total	53,48

Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio demonstra quantas unidades do produto devemos produzir e vender para que não tenhamos nem lucro nem prejuízo, ou seja, é o índice que nos permite vislumbrar qual volume de vendas é suficiente para cobrir os custos e as despesas incorridas.

Se empresa produzir e vender abaixo do ponto de equilíbrio, ela terá prejuízo no período, se produzir e vender acima do ponto de equilíbrio ela terá lucro no período.

A equação utilizada na formação do ponto de equilíbrio é a seguinte:

Ponto de Equilíbrio	Custos + Despesas Fixas
	Margem de Contribuição Unitária

E a aplicação de tal equação foi trabalhada conforme exemplo:

Scarpan	
1	Preço de Vendas / unid. 53,48
2	Custo + Despesas Variáveis / unid. 17,65
3	Custos + Despesas Fixas / mês 598,94
4	Margem de Contribuição Unitária 35,23
	Ponto de Equilíbrio / unid. 17

Fluxo de Caixa Consolidado

É oportuno fazer um estudo prévio do comportamento da empresa, para tanto usamos a ferramenta do fluxo de caixa para projetar as entradas e saídas de numerários durante cinco anos primeiros anos de gestão, de modo que as entradas possuem meta de crescimento de 15% e as saídas possuem atualização pelo IGPM de 5,9813%.

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 ANOS					
DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEBIMENTOS	897.623,19	1.032.266,67	1.187.106,67	1.365.172,67	1.569.948,57
Receitas	897.623,19	1.032.266,67	1.187.106,67	1.365.172,67	1.569.948,57
PAGAMENTOS					
Custos Variáveis	303.396,00	321.543,02	340.775,48	361.158,28	382.760,24
Despesas Fixas	132.763,20	140.704,17	149.120,10	158.039,42	167.492,24
Custos Fixos	82.884,60	87.842,18	93.096,28	98.664,65	104.566,08
CUSTO TOTAL	519.043,80	550.089,37	582.991,86	617.862,35	487.326,32
SALDO DE CAIXA	378.579,39	482.177,30	604.114,81	747.310,32	1.082.622,25

Valor Presente Líquido

Período Pay Back – Time of Return on Investment

- ✓ Mede tempo.
- ✓ Calcula e analisa se o projeto se paga dentro de sua vida útil.
- ✓ Se Pay Back é menor do que vida útil do projeto, isso é bom.
- ✓ Quanto menor o tempo estimado do Pay Back, melhor é o projeto.
- ✓ É o número de períodos que o Investimento leva para se “pagar” a valor presente.

$$\text{Pay back} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo Caixa anual}}$$

VPL – Value Present Liquid

Mede valores em termos absolutos

- ✓ Calcula e analisa se o investimento custa mais do que vale ou vale mais do que custa.
- ✓ Se o VPL é positivo significa lucro.
- ✓ Se o VPL é negativo, este será o prejuízo.

$$\text{VPL} = \frac{F_n}{(1+i)^n} - \text{INVEST.}$$

VPL = Valor Presente Líquido

F_n = Fluxo de Caixa
i = Taxa de Retorno Desejada
n = Vida do Projeto em anos
INVEST = Investimento Inicial

TIR – Internal Tax of Return %

- ✓ Calcula e analisa se o projeto apresenta taxas de retorno maiores ou menores que a taxa de seu custo de capital.
- ✓ Se a TIR é maior que o Custo de Capital, o projeto consegue pagar seu custo de capital.

Taxa Interna de Retorno	=	Fluxo Caixa anual
ou		
Taxa de Retorno Contábil		Investimento

E as aplicações das equações de Pay Back, VPL e TIR foram trabalhadas conforme exemplo:

VALOR PRESENTE LÍQUIDO

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	112.575,41			-112.575,41			
1		897.623,19	519.043,80	378.579,39	336%	0,30	107
2		1.032.266,67	550.089,37	482.177,30	428%	0,23	84
3		1.187.106,67	582.991,86	604.114,81	537%	0,19	67
4		1.365.172,67	617.862,35	747.310,32	664%	0,15	54
5		1.569.948,57	487.326,32	1.082.622,25	962%	0,10	37

VPL	=	R\$ 1.690.405,53
-----	---	------------------

Indicadores Financeiros

Como identificar as causas dos problemas empresariais e encontrar soluções apropriadas? Nesse sentido a análise das demonstrações contábeis se mostra bastante eficaz.

Cada empresa possui atividades diferentes e uma forma mais arrojada ou não de tomar decisões. Algumas empresas atuam com forte pressão de mercadológica, outras formam quase que um monopólio. É dentro dessa diversidade que a análise financeira fornece equações que interpretadas pelos agentes tomadores de decisão poderão ser utilizadas dentro da empresa e por seus usuários externos.

Abaixo estão alguns dos indicadores encontrados na empresa Seducción shoes por meio do seu Balanço Patrimonial e sua DRE projetados para cinco anos.

▪ **Liquidez Corrente**

Esse índice mostra a capacidade de pagamento de dívidas da empresa no curto prazo. Representado pela razão entre ativo Circulante e Passivo Circulante.

Indica quanto a empresa possui de ativos realizáveis no curto prazo para saldar suas dívidas com terceiros, também no curto prazo.

A análise dos índices evidencia que a liquidez apresenta um aumento no ano 2 e 3, e posterior queda, isto deve ser um sinal de alerta para a empresa, mas mesmo assim ela ainda se mostra capaz de honrar seus passivos de curto prazo.

Índices de Liquidez		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Liquidez Corrente	=	2,27	3,85	2,59	1,89	1,44

▪ **Liquidez Imediata**

Este quociente mostra a capacidade que a empresa tem de pagar suas dívidas imediatamente. Representado pela razão entre as Disponibilidades do Ativo e o Passivo Circulante.

É um índice derivado da Liquidez Corrente e mostra a capacidade de pagamento de dívidas no curto prazo, considerando a hipótese de que todo o Passivo Circulante da empresa vencer no primeiro dia útil seguinte à data de encerramento do balanço.

Índices de Liquidez		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Liquidez Imediata	=	2,00	3,62	2,45	1,79	1,37

▪ **Liquidez Seca**

O Quociente de Liquidez Seca é representado pela razão entre a subtração do Ativo Circulante e do Estoque, e o Passivo Circulante.

É um índice derivado da Liquidez Corrente e mostra a capacidade de pagamento de dívidas no curto prazo, considerando a hipótese da empresa não precisar vender seus estoques. Este índice utiliza os itens monetários de maior liquidez do Ativo Circulante, mediante a utilização das contas de Disponível e Valores a Receber.

O índice de liquidez seca assemelha-se ao de liquidez corrente, diferenciando-se apenas no fato de se excluírem os estoques a fim de se reduzir um fator de incerteza, tendo em vista que, ainda que este faça parte do Ativo Circulante, não se tem plena certeza do tempo da sua realização, também porque o Passivo Circulante é líquido e certo.

Também uma outra forma de se visualizar a liquidez seca é de acordo com o que diz MARION (1997, p.461): "Se a empresa sofresse uma total paralisação das suas vendas, ou se o seu Estoque fosse obsoleto, quais seriam as chances de pagar as suas dívidas com Disponível e Duplicatas a Receber?"

Por estas características é possível identificar este quociente como a prova de força da firma, já que ele vai identificar, verdadeiramente, o grau de excelência da situação financeira.

Índices de Liquidez		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Liquidez Seca	=	2,00	3,62	2,45	1,79	1,37

▪ **Garantia de Capital de Terceiros**

Analisa o poder do capital próprio em resguardar ou honrar o capital alheio.

"Não há dúvida de que, principalmente em época inflacionária, é apetitoso trabalhar mais com Capital de Terceiros que com Capital Próprio. Essa tendência é acentuada quando a maior parte do Capital de Terceiros é composta de 'exigíveis não onerosos', isto é, exigíveis que não geram encargos financeiros explicitamente para a empresa

(não há juros nem correção monetária: fornecedores, impostos, encargos sociais a pagar etc.)”.

E continua:

“Por outro lado, uma participação de Capital de Terceiros exagerada em relação ao Capital Próprio torna a empresa vulnerável a qualquer intempérie. Normalmente, as instituições financeiras não estarão dispostas a conceder financiamentos para as empresas que apresentarem esta situação desfavorável. Em média, as empresas que vão à falência apresentam endividamento elevado em relação ao Patrimônio Líquido.” (MARION, 1997, p. 464/465)

A Garantia de Capital de Terceiros é um estudo onde utilizamos a razão entre o *Capital Alheio* e o *Patrimônio Líquido*, no escopo de analisar o poder do capital próprio em resguardar ou honrar o capital de terceiros.

A análise deste índice denota que o Patrimônio Líquido – capital próprio – suplanta durante todo o período analisado o valor de capital alheio empenhado na empresa, no ano 2 o Patrimônio Líquido é 2 vezes maior que o Capital Alheio empenhado. Isto mostra que a empresa terá facilidade em honrar o capital alheio.

Índices de Endividamento		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
GCT	=	134%	231%	244%	251%	256%
	$\frac{\text{Patrimônio Líquido} \times 100}{\text{Capital Alheio}}$					

▪ **Quociente de Participação dos Capitais de Terceiros sobre Recursos Totais**

Analisa quanto do patrimônio total, Ativo Total, é financiado pelo capital alheio, ou seja, este quociente retrata a dependência da empresa em relação aos recursos externos.

Do ponto de vista estritamente financeiro, quanto maior a relação Capitais de Terceiros/Patrimônio Líquido menor a liberdade de decisões financeiras da empresa ou maior a dependência a esse terceiros, ou seja, a interpretação deste índice isoladamente, para o analista financeiro, cujo objetivo é avaliar o risco da empresa, é no sentido de que “quanto maior, pior”, mantidos constantes os demais fatores. Para a empresa pode ocorrer que o endividamento lhe permita melhor ganho, porém, associado ao maior ganho estará um maior risco.

A falência, entretanto, nunca se deve exclusivamente ao endividamento. Há invariavelmente um quadro de má administração, desorganização, projetos fracassados – a isso tudo se soma o excessivo endividamento.

Principais pontos a serem observados nesse índice:

- Os prazos de vencimento das dívidas a Longo Prazo;
- Participação de dívidas onerosas no Passivo Circulante.

Este índice reflete a dependência da empresa em relação aos recursos externos. A análise deste índice revela a situação favorável da empresa Sedución shoes, já que esta possui pequena margem de dependência, pois no ano 1, o de maior dependência de capital alheio, 57% do capital de giro empresarial se constituem em capital próprio.

Índices de Endividamento		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
QPCT	=	43%	30%	29%	28%	28%
	$\frac{\text{Passivo Circul.} + \text{Exigível L/P} \times 100}{\text{Patrimônio Total}}$					

▪ Capital Circulante Líquido

Capital Circulante Líquido ocorre quando a empresa possui disponíveis de curto prazo, geralmente valores já disponíveis para a empresa ou que irão se realizar ainda no exercício presente. O capital de giro líquido é positivo quando o ativo circulante é maior do que o passivo circulante. Isso significa que os valores a receber da empresa e que se tornarão disponíveis somente nos exercícios seguintes serão superiores ao dinheiro que deverá ser desembolsado.

Este índice é muito relevante, pois evidencia a solvência empresarial, ou seja, a capacidade de empresa em honrar seus passivos. Já no primeiro ano a empresa mostra alto grau de solvência, melhorando sua performance a cada ano com desempenho crescente.

Capital Circulante Líquido		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
CCL	= Ativo Circulante - Passivo Circulante	265.014,63	707.953,52	620.909,50	504.999,36	345.345,93

▪ Imobilização do Patrimônio Líquido

Este indicador determina o quanto a empresa aplicou do seu patrimônio no Ativo Permanente. Isto quer dizer que quanto menor este índice, melhor a situação da empresa, ou seja, menos reais foram imobilizados.

Imobilização do Patrimônio Líquido		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
IPL	= $\frac{\text{Ativo Permanente} \times 100}{\text{Patrimônio Líquido}}$	5%	2%	1%	1%	0%

▪ Rotação ou Giro do Estoque

Este índice trata da quantidade de capital se imobilizou em estocagem durante o exercício. A excessiva imobilização é maléfica, pois implica em custos de estocagem e aplicação em ativos, que dependendo do giro de estocagem empresarial, pode apresentar um retorno demorado.

A empresa mais uma vez apresenta índices muito satisfatórios, na medida em que sua atividade necessita de formação de estoques, porém a empresa trabalha com a estocagem enxuta e com pequena margem de segurança em relação às oscilações de vendas.

Indicadores de Atividade		2007	2008	2009	2010	2011
Rotação ou Giro do Estoque	= $\frac{\text{Custo do Produto Vendido}}{\text{Estoque Médio}}$	7	7	8	8	9

meses	2
dias	52

Indicadores Overtrading

O Overtrading, ou desequilíbrio econômico financeiro ocorre quando o Movimento Global de Negócios da empresa suplanta o seu Capital Próprio de Exploração, ou seja, o seu Patrimônio Líquido.

A morte empresarial se dá pelo desequilíbrio econômico-financeiro. Este desequilíbrio ocorre quando o capital de giro da empresa se revela cronicamente insuficiente para bancar seu nível de atividade. De modo figurado, pode-se dizer que uma empresa está em "overtrade" - ou a caminho - quando os proprietários fazem-na carregar um peso que excede suas reais possibilidades.

Se a entrada em situação de overtrading não for percebida e interrompida logo, pela adoção de medidas cabíveis, a empresa entrará logo em crise financeira grave, levando-a a um regime falimentar.

Índices de desequilíbrio econômico-financeiro podem ser verificados através do Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício, notadamente quando se observa o comportamento histórico dos indicadores, sendo os dois principais: RENTABILIDADE e LIQUIDEZ.

O Ativo Permanente deve ser sempre avaliado de perto para que não sofra um crescimento desordenado e acabe por atrofiar o Ativo Circulante. Isto perturbaria o equilíbrio financeiro, já que os valores de capital de giro estariam sendo desviados e aplicados em ativos de demorada conversão numerária.

O aumento desordenado do Ativo Permanente conseqüentemente reduz os índices de Liquidez gerando colapso financeiro.

A empresa Sedución shoes se percebe em situação confortável já que na contabilização de seus Ativos Totais, 97% consta em seu Capital de Giro, ou seja, capital este que efetivamente operacionaliza suas atividades.

Com a empresa não possui Realizável a Longo Prazo, apenas os 3% restantes estão imobilizados.

Índices Overtrading	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ativo Permanente X 100	3%	1%	1%	1%	1%
Ativo Total					

Ativo Circulante X 100	97%	99%	99%	99%	99%
Ativo Total					

Um Ativo excessivamente endividado, ou seja, proveniente de excessiva proporção de Capitais Alheios, elimina por sua vez a independência ou autonomia financeira da empresa motivando posteriores desequilíbrios.

.....
 Apenas 15% do Capital empenhado na empresa Sedución shoes é alheio. A empresa conta com Capital Próprio em sua grande maioria, 85%. Isto traduz uma situação bem interessante já que a empresa financia suas atividades, não se obrigando assim a recolher empréstimos e financiamentos que viriam a onerar suas atividades, sendo os juros altos e excessivos uma das causas externas do Overtrading.

Índices Overtrading	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Capitais Próprios X 100	86%	93%	93%	94%	95%
Ativo Total					

Fator que poderá causar o desequilíbrio econômico-financeiro é a inexistência de capital de giro próprio, e conseqüentemente o financiamento deste por capital alheio.

É prudente que o Capital Próprio financie valor superior a 75% do capital empenhado na atividade empresarial, do contrário, revela Capital de Giro Próprio insuficiente.

A empresa Sedución shoes atua com 72% de Capital de Giro Próprio, isto evidencia uma situação de alerta para uma reparação simples, mas se não tratada a tempo pode causar grande desequilíbrio.

Índices Overtrading	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
---------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Passivo Circ. - Exigível a L/P X 100	44%	26%	39%	53%	37%
Ativo Circulante					

Este indicador representa a Margem de Lucro Líquido proporcionada pelas vendas efetuadas pela empresa. Um lucro operacional muito baixo, em relação às vendas efetuadas, pode revelar uma acentuada incidência de custos. Em circunstâncias semelhantes a empresa poderá ir caminhando para uma situação de prejuízos crônicos que lhe debilitarão a consistência dos Capitais Próprios.

Quanto maior for o resultado obtido neste quociente, melhor para a empresa. Indica que está havendo uma boa receptividade do consumidor quanto ao preço de venda. Pode indicar também que há um bom controle no nível dos custos.

Inicialmente o Lucro Líquido se revela em percentual "acanhado" em relação ao volume de vendas, mas como estamos analisando o primeiro ano de atividades da empresa e notamos que tal índice tem progredido em valores com o passar do tempo, a empresa Sedución shoes parece ter viabilidade econômica.

Índices Overtrading	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Lucro Líquido X 100					
Vendas	25%	29%	32%	35%	37%

Este indicador representa quanto do Ativo Circulante é absorvido pelos Estoques.

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

A empresa Sedución shoes trabalha como a aquisição e revenda de calçados, necessitando formar estoques para rotacionar seu negócio. Percebemos que o Ativo Circulante compromete seus valores em 13% para a aquisição de Estoques, isto denota atitude equilibrada na formação de estoques, que trabalha com pequena margem de segurança para a oscilação de vendas e com isso não onera em demasia os custos em estocagem.

Índices Overtrading	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Estoques X 100					
Ativo Circulante	12%	6%	6%	5%	5%

Ebitda ou Lajida

EBITDA - Earnings Before Interest Rates, Taxes, Depreciation and Amortization.

LAJIDA - Lucro antes dos Juros, Imposto de Renda, Depreciação e Amortização.

Representa a geração operacional de caixa da companhia. Visa refletir o quanto a empresa gera de recursos apenas em sua atividade principal, sem levar em consideração os efeitos financeiros (qualidade do crédito tomado e rentabilidade de investimentos financeiros) e de impostos (aspectos regulatórios e enquadramentos tributários). É um importante indicador para avaliar a qualidade operacional da empresa.

	2007	2008	2009	2010	2011
Receita de Vendas	897.623,19	1.032.266,67	1.187.106,67	1.365.172,67	1.569.948,57
(-) Custo Produto Vendido	386.280,60	409.385,20	433.871,76	459.822,93	487.326,32

Lucro Bruto	511.342,59	622.881,47	753.234,91	905.349,74	1.082.622,25
(-) Despesas Operacionais	134.841,77	23.808,89	145.193,56	152.801,39	160.806,56
Operacionais	23.481,05	23.808,89	24.156,33	24.524,56	24.857,11
Administrativas	111.360,72	114.206,21	121.037,23	128.276,83	135.949,45
Ebitda ou Lajita	376.500,82	599.072,58	608.041,35	752.548,35	921.815,69

Anexos

PLANO DE INVESTIMENTOS

	Bens	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
	IMOBILIZADO		56		10.103,74
	Móveis e Utensílios		31		3.776,32
1	Vitrines	Vitrine em alumínio galvanizado totalmente reforçado, dividido em 2 vidros de 5mm preso internamente (antifurto), 2 portas de correr de vidros 5mm lapidado, fundo em espelho. Dimensões: 1m de altura; 1,2mm de comprimento e 45cm de profundidade	4	200,00	800,00
2	Prateleiras	Vidro temperado 4mm; Fundo em espelho; Base em alumínio anodizado brilhante; Portas de correr em vidro 6 mm e espelho. Dimensão 2,00 m de altura, 0,30 m de profundidade e 1,50 m de comprimento.	5	200,00	1.000,00
3	Espelhos	Espelho de 1,20m de altura por 60cm de largura - arredondados e retos	5	100,00	500,00
4	Balcão	Balcão de vidro 5mm de espessura com estrutura em madeira. Duas prateleiras internas de vidro 8mm de espessura. Uma mede 1,50 m de largura e 0,50m de comprimento e a outra 1,25 m de largura e 0,50 de comprimento.	1	250,00	250,00
5	Arquivo Móvel	Carrinho auxiliar com gaveta e porta CD - Argila - Tridente	2	130,00	260,00
6	Sofás	Sofá Stylo 2 lugares - Chenille	3	300,00	900,00
7	Mousepad	Mouse Pad Persa ref" 9084 - Leadership	3	5,99	17,97
8	Grampeador	Grampeador de fibra Ergo - Design Médio PS - 270 grapos - Molin	3	3,30	9,90
9	Cesto de Lixo	Lixeira com tampa basculante - Decor Line - 18,5 X 20 cm - Brinox	3	9,15	27,45
10	Furador de papel	Perfurador Ergo Design 2 furos - 20 folhas - PP 110 - Molin	2	5,50	11,00
	Máquinas e Equipamentos		25		6.327,42
11	CPU	CPU Megahome Dual Core D 925; 3.0 Ghz; 1 GB; 120 GB; DVD - RW Linux - Megaware	3	830,00	2.490,00
12	Monitor	Monitor 15" LCD L1553S - LG	3	360,00	1.080,00
13	Modem	Fax Modem Pegasus III infravermelho 56 k V 90 para Palm e Ipaq	1	130,00	130,00
14	Mouse	Mouse Óptico com 2 botões pleomax - Samsung	3	27,99	83,97
15	Teclado	Teclado Multimídia Slim Preto X 800 - BenQ	3	32,66	97,98
16	Impressora	Impressora Lazer E 120n com entrada de rede - Lexmark	2	240,00	480,00
17	Bebedouro	Purificador de água elétrico - branco e grafite - Masterfrio	1	280,00	280,00
18	Cafeteira	Cafeteira expresso chef crema - Eletrolux	1	89,00	89,00
19	Frigobar	Frigobar Eletrolux R 130	1	320,00	320,00
20	Ar Condicionado	Ar Condicionado Split 18.000 BTUs frio YJE 18 hight wall 220v - York	1	860,00	860,00
21	Aparelho Telefônico	Telefone sem Fio com identificador de chamadas e secretária eletrônica - Philips	2	67,00	134,00
22	Fax	Fax papel térmico com identificador de chamadas - 110v - KX - FT 902 Br - Panasonic	1	260,00	260,00
23	Calculadora	Calculadora básica PC 08 - Procalc	3	7,49	22,47
	MATERIAL DE EXPEDIENTE		3.492		3.180,08
24	Mat. Exped. - panfletos	Panfletos personalizados "seducción" - 2.000 unid. - PlanMarketing	2.000	0,5	1000
25	Mat. Exped. - cartões de visita	Cartão de visita personalizado "Seducción" - 1.000 unid. - Rique - Rabisque	1.000	0,5	500
26	Mat. Exped. - carnês de nota fiscal	Carnês personalizado "Seducción" - 200 fis. Rique - Rabisque	5	14,99	74,95
27	Mat. Exped. - papéis de presente	Papel de presenta Pack com 6 folhas - 50 X 70 cm - Ambrosiana	50	1,99	99,50
28	Mat. Exped. - canetas	Caneta Bic Cristal - preta - 50 unid. - BIC	2	9,99	19,98
29	Mat. Exped. - lápis	Lápis HB com 4 unid. - número 2 - Molin	5	2,49	12,45
30	Mat. Exped. - corretivo	Corretivo Líquido à base de água - 01 unid. - 18 ml - Faber castel	5	2,39	11,95
31	Mat. Exped. - borracha	Borracha TK plast - 01 unid. - Faber Castel	5	3,49	17,45
32	Mat. Exped. - fitas de presente	Fita decorativa - laranja aramada floral - 4 unidades - Wordmack	10	3,20	32,00
33	Mat. Exped. - fita gomada	Fita de polipropileno - corte fácil - 700 m - Adere	5	1,49	7,45
34	Mat. Expediente - papel A4	Papel Eco Chamex Reciclado 75g / m2 - A4 com 500 Folhas	25	6,90	172,50
35	Mat. Exped. - papel carbono	Papel carbono Concept C 122 - A4 azul - caixa com 100 fis - Summit	10	5,30	53,00
36	Mat. Exped. - bobina de fax	Filme para fax Sharp - FS11 - papel plano - 1 rolo - Faxlito	5	12,99	64,95
37	Mat. Exped. - grampo	Grampo trilho - caixa com 50 peças - Lara	5	2,30	11,50
38	Mat. Exped. - copos descartável café	Copo térmico 100 ml - 25 unid. - Thermal Cups	20	2,49	49,80
39	Mat. Exped. - copos descartável água	Copo plástico 354 ml com 10 unid. - laranja - Regina	20	2,39	47,80
40	Mat. Exped. - lenços de papel	Guardanapos de papel decorado Flores laranja - 22 x 23,5 cm - 20 unid. - Ambrosiana	20	2,49	49,80
41	Sacolas - tamanho G	Sacolas personalizadas "Seducción" grande - motivo: flores da paixão - Qui Qui Ambrosiana	50	1,88	94,00

Balanco de Abertura

ATIVO		PASSIVO	
- Circulante		- Exigível a Longo Prazo	
Disponível		Fornecedores	55.848,62
Caixa	9.823,05	- Patrimonio Líquido	
Banco	30.000,00	Capital Social	56.726,79
Estoques			
Estoque - material de expediente	3.180,08		
Estoque - material de limpeza	67,54		
Estoque - produtos p/ revenda	52.601,00		
- Permanente			
Imobilizado			
Móveis e Utensílios	3.776,32		
Máquinas e Equipamentos	6.327,42		
Diferido			
Gastos pré-operacionais	3.000,00		
Legalização	800,00		
Advogado	1.000,00		
Contador	2.000,00		
Total do Ativo	1.000.000	Total do Passivo	112.575,41

Amortização do Diferido			
Itens	Valor	Tempo (Meses)	Amortização (Anual)
Gastos pré-operacionais	3.000,00	120	300,00
Legalização	800,00	120	80,00
Advogado	1.000,00	120	100,00
Contador	2.000,00	120	200,00
Total	6.800,00		680,00

Aplicações

Necessidade de Capital de Giro		\$
1	Caixa	9.823,05
	Pagamento de Funcionários	7.800,00
	Encargos Sociais	1.807,05
	Pagamento de Água / Luz / Telefone	216,00
2	Banco	30.000,00
3	Compra de Material de Limpeza	67,54
4	Compra de Material de Expediente	3.180,08
5	Compra de produtos para Revenda	52.601,00
	Investimentos	
8	Móveis e Utensílios	3.776,32
9	Máquinas e Equipamentos	6.327,42
	Gastos	
10	Gastos Pré-operacionais	3.000,00
11	Legalização	800,00
12	Advogado	1.000,00
13	Contador	2.000,00
TOTAL		112.575,41

Quadro Estrutural de Custos

	Produto	Qtde.	Vi. Unitário	Vi. Total
	Custos Variáveis	1.640	420,43	23.642,00
1	Scarpans	100	16,90	1.690,00
2	Chapéus	80	16,30	1.304,00
3	Rasteirinhas	100	6,99	699,00
4	Tamancos	80	15,30	1.224,00
5	Sandálias	100	11,79	1.179,00
6	Bota Cano Longo	80	29,60	2.368,00
7	Bota Cano Curto	80	22,99	1.839,20
8	Tênis - ADIDAS	90	23,99	2.159,10
9	Tênis - NIKE	90	29,99	2.699,10
10	Bolsas sociais feminina	60	16,60	996,00
11	Bolsas moda praia femininas	50	6,90	345,00
12	Bolsas esportiva feminina	60	11,30	678,00
13	Bolsas executiva feminina	40	24,66	986,40
14	Cintos sociais femininos	40	9,65	386,00
15	Cintos esportivos femininos	20	4,52	90,40
16	Meias sociais femininas	120	5,16	619,20
17	Meias esportivas femininas	120	2,82	338,40
18	Colares em miçanga	40	6,99	279,60
19	Correntes e Colares em aço	10	12,20	122,00
20	Colares em ouro	20	12,20	244,00
21	Colares em pérolas	20	35,88	717,60
22	Pulseiras em miçanga	40	4,20	168,00
23	Pulseiras em aço	20	8,90	178,00
24	Pulseiras e Braceletes em ouro	40	16,50	660,00
25	Pulseiras em pérolas	20	24,10	482,00
26	Bincos em miçanga	40	3,10	124,00
27	Bincos em aço	20	6,70	134,00
28	Bincos em ouro	40	12,40	496,00
29	Bincos em pérolas	20	21,80	436,00
	Custos Fixos			6.907,05
1	Encargos Sociais	-	-	R\$ 1.807
2	Salário - Vendedores	3	R\$ 500	R\$ 1.500
3	Salário - Representante Comercial	3	R\$ 800	R\$ 2.400
4	Salário - Caixa	2	R\$ 600	R\$ 1.200
	Despesas Fixas			10.462,17
1	Internet	-	99,98	99,98
2	Água	-	50,00	50,00
3	Luz	-	80,00	80,00
4	Telefone	-	86,00	86,00
5	Aluguel	-	1.500,00	1.500,00
6	Depreciação	-	1.398,57	1.398,57
7	Material de Limpeza	-	67,54	67,54
8	Material de Expediente	-	3.180,08	3.180,08
9	Segurança	-	300,00	300,00
10	Marketing	-	1.000,00	1.000,00
11	Salário - Administradores	1	2.000,00	2.000,00
12	Salário - Secretária	1	700,00	700,00
13	Salário - Contador	1	2.000,00	2.000,00
	Total Custos Fixos			6.907,05
	Total Custos Variáveis			23.642,00
	Custos Totais			30.549,05

FUNÇÃO	SALÁRIO	QUANTIDADE	VALOR MENSAL	ENCARGOS (%)
Administradores	R\$ 2.000,00	1	2.000	
Vendedores	R\$ 500,00	3	1.500	
Representantes Comerciais	R\$ 800,00	3	2.400	
Secretária	R\$ 700,00	1	700	
Caixa	R\$ 600,00	2	1.200	
TOTAL	-	10	7.800,00	

Folha do Produto - sapatos

Custo do Scarpan		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Scarpan	16,90	1.690,00
2 Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	18,25	1.757,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	22,46	-

Custo do Tamanco		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Tamanco	12,24	1.224,00
2 Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	13,59	1.291,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	17,80	-

Custo do Cano Curto	
Custos Variáveis	\$
1 Custo do Cano Curto	22,99
2 Sacola - M	1,35
Custos Fixos	\$
1 Encargos Sociais	1,10
2 Salários - Vendedores	0,91
3 Salário - Representante	1,46
4 Salário - Caixa	0,73
Total dos Custos Variáveis	24,34
Total dos Custos Fixos	4,21
Custos Total	28,55

Custo do Channel		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Channel	16,30	1.304,00
2 Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	17,65	1.371,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	21,86	-

Custo da Sandália		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo da Sandália	11,79	1.179,00
2 Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	13,14	1.246,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	17,35	-

Custo do Tennis Adidas	
Custos Variáveis	\$
1 Custo do Tennis Adidas	23,99
2 Sacola - M	1,35
Custos Fixos	\$
1 Encargos Sociais	1,10
2 Salários - Vendedores	0,91
3 Salário - Representante	1,46
4 Salário - Caixa	0,73
Total dos Custos Variáveis	25,34
Total dos Custos Fixos	4,21
Custos Total	29,55

Custo da Rasteirinha		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo da Rasteirinha	6,99	699,00
2 Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	8,34	766,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	12,55	-

Custo do Cano Longo		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Cano Longo	29,60	2.368,00
2 Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	30,95	2.435,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	35,16	-

Custo do Tennis Nike	
Custos Variáveis	\$
1 Custo do Tennis Nike	29,99
2 Sacola - M	1,35
Custos Fixos	\$
1 Encargos Sociais	1,10
2 Salários - Vendedores	0,91
3 Salário - Representante	1,46
4 Salário - Caixa	0,73
Total dos Custos Variáveis	31,34
Total dos Custos Fixos	4,21
Custos Total	35,55

Folha do Produto - acessórios

Custo da Bolsa Social			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo da Bolsa Social	16,60	996,00
2	Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		17,95	1.063,50
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		22,16	-

Custo do Cinto Social			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo do Cinto Social	9,65	386,00
2	Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		10,52	429,50
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		14,73	-

Custo da Bolsa Moda Praia			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo da Bolsa Moda Praia	6,90	345,00
2	Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		8,25	412,50
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		12,46	-

Custo do Cinto Esportivo			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo do Cinto Esportivo	4,52	90,40
2	Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		5,39	133,90
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		9,60	-

Custo da Bolsa Esportiva			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo da Bolsa Esportiva	11,30	678,00
2	Sacola - M	1,35	67,50
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		12,65	745,50
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		16,86	-

Custo da Meia Social			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo da Meia Social	5,16	619,20
2	Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		6,03	662,70
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		10,24	-

Custo da Bolsa Executiva			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo da Bolsa Executiva	24,66	986,40
2	Sacola - M	7,00	350,00
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		31,66	1.336,40
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		35,87	-

Custo da Meia Esportiva			
Custos Variáveis		\$	Vl. Total
1	Custo da Meia Esportiva	2,82	338,40
2	Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos		\$	Vl. Total
1	Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2	Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3	Salário - Representante	1,46	2.400,00
4	Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis		3,69	381,90
Total dos Custos Fixos		4,21	6.907,05
Custos Total		7,90	-

Folha do Produto - jóias

Custo do Colar em Miçangas		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Colar em Miçangas	6,99	279,60
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	7,86	323,10
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	12,07	-

Custo da Pulseira em Miçangas		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo da Pulseira em Miçangas	4,20	168,00
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	5,07	211,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	9,28	-

Custo do Brinco em Miçangas	
Custos Variáveis	\$
1 Custo do Brinco em Miçangas	3,10
2 Sacola - P	0,87
Custos Fixos	\$
1 Encargos Sociais	1,10
2 Salários - Vendedores	0,91
3 Salário - Representante	1,46
4 Salário - Caixa	0,73
Total dos Custos Variáveis	3,97
Total dos Custos Fixos	4,21
Custos Total	8,18

Custo do Colar em Ouro		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Colar em Ouro	12,20	244,00
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	13,07	287,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	17,28	-

Custo da Pulseira e Bracelete em Ouro		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo da Pulseira e Bracelete em Ouro	16,50	660,00
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	17,37	703,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	21,58	-

Custo do Brinco em Ouro	
Custos Variáveis	\$
1 Custo do Brinco em Ouro	12,40
2 Sacola - P	0,87
Custos Fixos	\$
1 Encargos Sociais	1,10
2 Salários - Vendedores	0,91
3 Salário - Representante	1,46
4 Salário - Caixa	0,73
Total dos Custos Variáveis	13,27
Total dos Custos Fixos	4,21
Custos Total	17,48

Custo do Colar e Correntes em Aço		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Colar e Correntes em Aço	12,20	122,00
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	13,07	165,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	17,28	-

Custo da Pulseira em Aço		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo da Pulseira em Aço	8,90	178,00
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	9,77	221,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	13,98	-

Custo do Brinco em Aço	
Custos Variáveis	\$
1 Custo do Brinco em Aço	6,70
2 Sacola - P	0,87
Custos Fixos	\$
1 Encargos Sociais	1,10
2 Salários - Vendedores	0,91
3 Salário - Representante	1,46
4 Salário - Caixa	0,73
Total dos Custos Variáveis	7,57
Total dos Custos Fixos	4,21
Custos Total	11,78

Custo do Colar em Pérolas		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Colar em Pérolas	35,88	717,60
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	36,75	761,10
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	40,96	-

Custo da Pulseira em Pérolas		
Custos Variáveis	\$	Vi. Total
1 Custo do Colar em Pérolas	24,10	482,00
2 Sacola - P	0,87	43,50
Custos Fixos	\$	Vi. Total
1 Encargos Sociais	1,10	1.807,05
2 Salários - Vendedores	0,91	1.500,00
3 Salário - Representante Comercial	1,46	2.400,00
4 Salário - Caixa	0,73	1.200,00
Total dos Custos Variáveis	24,97	525,50
Total dos Custos Fixos	4,21	6.907,05
Custos Total	29,18	-

Custo do Brinco em Pérolas	
Custos Variáveis	\$
1 Custo do Brinco em Pérolas	21,80
2 Sacola - P	0,87
Custos Fixos	\$
1 Encargos Sociais	1,10
2 Salários - Vendedores	0,91
3 Salário - Representante	1,46
4 Salário - Caixa	0,73
Total dos Custos Variáveis	22,67
Total dos Custos Fixos	4,21
Custos Total	26,88

Preço dos Sapatos

Impostos	%
ICMS	8%

Preço de Venda	Custo Total
	1 - (Imposto + ML)

Preço do Scarpan	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	100
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 18,25
Total	53,48

Preço do Tamanco	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	80
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 13,59
Total	42,38

Preço da Bota Cano Curto	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	80
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 24,34
Total	67,98

Preço do Channel	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	80
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 17,65
Total	52,05

Preço da Sandália	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	100
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 13,14
Total	41,31

Preço do Tennis Adidas	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	90
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 25,34
Total	70,36

Preço da Rasteirinha	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	100
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 8,34
Total	29,88

Preço da Bota Cano Longo	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	80
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 30,95
Total	83,72

Preço do Tennis Nike	
Fatores	\$
Margem de Lucro	50%
Quantidade	90
1	Custo Fixo 4,21
2	Custo Variável 31,34
Total	84,65

Teste de Verificação do Preço

Custo Total / unid.	
ICMS (sobre o preço)	
Margem de Lucro (sobre o preço)	
Preço de Venda	0

Preço dos Acessórios

Impostos	%
ICMS	8%

Preço de Venda	Custo Total
	Imposto + ML

Preço da Bolsa Social		
Fatores		\$
Margem de Lucro		40%
Quantidade		55
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	17,95
Total		42,62

Preço do Cinto Social		
Fatores		\$
Margem de Lucro		45%
Quantidade		35
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	10,52
Total		31,34

Preço da Bolsa Moda Praia		
Fatores		\$
Margem de Lucro		55%
Quantidade		45
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	8,25
Total		33,68

Preço do Cinto Esportivo		
Fatores		\$
Margem de Lucro		45%
Quantidade		20
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	5,39
Total		20,43

Preço da Bolsa Esportiva		
Fatores		\$
Margem de Lucro		45%
Quantidade		60
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	12,65
Total		35,88

Preço da Meia Social		
Fatores		\$
Margem de Lucro		40%
Quantidade		110
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	6,03
Total		19,70

Preço da Bolsa Executiva		
Fatores		\$
Margem de Lucro		30%
Quantidade		35
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	31,66
Total		57,86

Preço da Meia Esportiva		
Fatores		\$
Margem de Lucro		35%
Quantidade		110
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	3,69
Total		13,86

Teste de Verificação do Preço

Custo Total / unid.	
ICMS (sobre o preço)	
Margem de Lucro (sobre o preço)	
Preço de Venda	0

Preço das Jóias

Impostos	%
ICMS	8%

Preço de Venda	Custo Total
	Imposto + ML

Preço do Colar em Miçangas		
Fatores		\$
Margem de Lucro		60%
Quantidade		40
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	7,86
Total		30,18

Preço da Pulseira em Miçangas		
Fatores		\$
Margem de Lucro		55%
Quantidade		35
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	5,07
Total		25,09

Preço do Brinco em Miçangas		
Fatores		\$
Margem de Lucro		50%
Quantidade		35
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	3,97
Total		19,48

Preço do Colar em Ouro		
Fatores		\$
Margem de Lucro		55%
Quantidade		18
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	13,07
Total		46,71

Preço da Pulseira e Bracelete em Ouro		
Fatores		\$
Margem de Lucro		40%
Quantidade		35
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	17,37
Total		41,50

Preço do Brinco em Ouro		
Fatores		\$
Margem de Lucro		35%
Quantidade		35
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	13,27
Total		30,67

Preço das Correntes e Colares em Aço		
Fatores		\$
Margem de Lucro		60%
Quantidade		8
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	13,07
Total		54,01

Preço da Pulseira em Aço		
Fatores		\$
Margem de Lucro		60%
Quantidade		15
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	9,77
Total		43,69

Preço do Brinco em Aço		
Fatores		\$
Margem de Lucro		60%
Quantidade		15
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	7,57
Total		36,82

Preço do Colar em Pérolas		
Fatores		\$
Margem de Lucro		30%
Quantidade		18
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	36,75
Total		66,07

Preço da Pulseira em Pérolas		
Fatores		\$
Margem de Lucro		40%
Quantidade		18
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	24,97
Total		56,12

Preço do Brinco em Pérolas		
Fatores		\$
Margem de Lucro		35%
Quantidade		15
1	Custo Fixo	4,21
2	Custo Variável	22,67
Total		47,16

Teste de Verificação do Preço

Custo Total / unid.	
ICMS (sobre o preço)	
Margem de Lucro (sobre o preço)	
Preço de Venda	0,00

Margem de Contribuição - sapatos

Scarpan		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	53,48	100
(-) Custos Variáveis / unid.	18,25	34
(=) Margem de Contribuição	35,23	66
(-) Custos Fixos	4,21	8
LUCRO	31,02	58

Tamanco		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	42,38	100
(-) Custos Variáveis / unid.	13,59	32
(=) Margem de Contribuição	28,79	68
(-) Custos Fixos	4,21	10
LUCRO	24,58	58

Bota Cano Curto		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	67,98	100
(-) Custos Variáveis / unid.	24,34	36
(=) Margem de Contribuição	43,64	64
(-) Custos Fixos	4,21	6
LUCRO	39,43	58

Channel		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	52,05	100
(-) Custos Variáveis / unid.	17,65	34
(=) Margem de Contribuição	34,40	66
(-) Custos Fixos	4,21	8
LUCRO	30,19	58

Sandália		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	41,31	100
(-) Custos Variáveis / unid.	13,14	32
(=) Margem de Contribuição	28,17	68
(-) Custos Fixos	4,21	10
LUCRO	23,96	58

Tennis Adidas		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	70,36	100
(-) Custos Variáveis / unid.	25,34	36
(=) Margem de Contribuição	45,02	64
(-) Custos Fixos	4,21	6
LUCRO	40,81	58

Rasteirinha		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	29,88	100
(-) Custos Variáveis / unid.	8,34	28
(=) Margem de Contribuição	21,54	72
(-) Custos Fixos	4,21	14
LUCRO	17,33	58

Bota Cano Longo		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	83,72	100
(-) Custos Variáveis / unid.	30,95	37
(=) Margem de Contribuição	52,77	63
(-) Custos Fixos	4,21	5
LUCRO	48,56	58

Tennis Nike		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	84,65	100
(-) Custos Variáveis / unid.	31,34	37
(=) Margem de Contribuição	53,31	63
(-) Custos Fixos	4,21	5
LUCRO	49,10	58

Margem de Contribuição - acessórios

Bolsa Social		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	42,62	100
(-) Custos Variáveis / unid.	17,95	42
(=) Margem de Contribuição	24,67	58
(-) Custos Fixos	4,21	10
LUCRO	20,46	48

Cinto Social		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	31,34	100
(-) Custos Variáveis / unid.	10,52	34
(=) Margem de Contribuição	20,82	66
(-) Custos Fixos	4,21	13
LUCRO	16,61	53

Bolsa Moda Praia		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	33,68	100
(-) Custos Variáveis / unid.	8,25	24
(=) Margem de Contribuição	25,43	76
(-) Custos Fixos	4,21	13
LUCRO	21,22	63

Cinto Esportivo		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	20,43	100
(-) Custos Variáveis / unid.	5,39	26
(=) Margem de Contribuição	15,04	74
(-) Custos Fixos	4,21	21
LUCRO	10,83	53

Bolsa Esportiva		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	35,88	100
(-) Custos Variáveis / unid.	12,65	35
(=) Margem de Contribuição	23,23	65
(-) Custos Fixos	4,21	12
LUCRO	19,01	53

Meia Social		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	19,70	100
(-) Custos Variáveis / unid.	6,03	31
(=) Margem de Contribuição	13,67	69
(-) Custos Fixos	4,21	21
LUCRO	9,45	48

Bolsa Executiva		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	57,86	100
(-) Custos Variáveis / unid.	31,66	55
(=) Margem de Contribuição	26,20	45
(-) Custos Fixos	4,21	7
LUCRO	21,99	38

Meia Esportiva		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	13,86	100
(-) Custos Variáveis / unid.	3,69	27
(=) Margem de Contribuição	10,17	73
(-) Custos Fixos	4,21	30
LUCRO	5,96	43

Margem de Contribuição - jóias

Colar em Miçangas		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	30,18	100
(-) Custos Variáveis / unid.	7,86	26
(=) Margem de Contribuição	22,32	74
(-) Custos Fixos	4,21	14
LUCRO	18,11	60

Pulseira em Miçangas		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	25,09	100
(-) Custos Variáveis / unid.	5,07	20
(=) Margem de Contribuição	20,02	80
(-) Custos Fixos	4,21	17
LUCRO	15,80	63

Brinco em Miçangas		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	19,48	100
(-) Custos Variáveis / unid.	3,97	20
(=) Margem de Contribuição	15,51	80
(-) Custos Fixos	4,21	22
LUCRO	11,30	58

Colar em Ouro		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	46,71	100
(-) Custos Variáveis / unid.	13,07	28
(=) Margem de Contribuição	33,64	72
(-) Custos Fixos	4,21	9
LUCRO	29,43	63

Pulseira e Bracelete em Ouro		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	41,50	100
(-) Custos Variáveis / unid.	17,37	42
(=) Margem de Contribuição	24,13	58
(-) Custos Fixos	4,21	10
LUCRO	19,92	48

Brinco em Ouro		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	30,67	100
(-) Custos Variáveis / unid.	13,27	43
(=) Margem de Contribuição	17,40	57
(-) Custos Fixos	4,21	14
LUCRO	13,19	43

Corrente e Colares em Aço		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	54,01	100
(-) Custos Variáveis / unid.	13,07	24
(=) Margem de Contribuição	40,94	76
(-) Custos Fixos	4,21	8
LUCRO	36,72	68

Pulseira em Aço		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	43,69	100
(-) Custos Variáveis / unid.	9,77	22
(=) Margem de Contribuição	33,92	78
(-) Custos Fixos	4,21	10
LUCRO	29,71	68

Brinco em Aço		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	36,82	100
(-) Custos Variáveis / unid.	7,57	21
(=) Margem de Contribuição	29,25	79
(-) Custos Fixos	4,21	11
LUCRO	25,04	68

Colar em Pérolas		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	66,07	100
(-) Custos Variáveis / unid.	36,75	56
(=) Margem de Contribuição	29,32	44
(-) Custos Fixos	4,21	6
LUCRO	25,11	38

Pulseira em Pérolas		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	56,12	100
(-) Custos Variáveis / unid.	24,97	44
(=) Margem de Contribuição	31,15	56
(-) Custos Fixos	4,21	8
LUCRO	26,94	48

Brinco em Pérolas		
DESCRIÇÃO	R\$	%
Preço de Venda	47,16	100
(-) Custos Variáveis / unid.	22,67	48
(=) Margem de Contribuição	24,49	52
(-) Custos Fixos	4,21	9
LUCRO	20,28	43

Cálculo do Ponto de Equilíbrio - sapatos

PE	Custos + Despesas Fixas
	Margem de Contribuição Unitária

Scarpán		
1	Preço de Vendas / unid.	53,48
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	19,00
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	35,23
Ponto de Equilíbrio / unid.		17

Tamanco		
1	Preço de Vendas / unid.	42,38
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	13,59
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	28,79
Ponto de Equilíbrio / unid.		21

Bota Cano Curto		
1	Preço de Vendas / unid.	67,98
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	24,34
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	43,64
Ponto de Equilíbrio / unid.		14

Channel		
1	Preço de Vendas / unid.	52,05
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	17,65
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	34,40
Ponto de Equilíbrio / unid.		17

Sandália		
1	Preço de Vendas / unid.	41,31
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	13,14
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	28,17
Ponto de Equilíbrio / unid.		21

Tennis Adidas		
1	Preço de Vendas / unid.	70,36
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	25,34
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	45,02
Ponto de Equilíbrio / unid.		13

Rasteirinha		
1	Preço de Vendas / unid.	29,88
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	8,34
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	35,88
Ponto de Equilíbrio / unid.		17

Bota Cano Longo		
1	Preço de Vendas / unid.	83,72
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	30,95
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	52,77
Ponto de Equilíbrio / unid.		11

Tennis Nike		
1	Preço de Vendas / unid.	84,65
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	31,34
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	53,31
Ponto de Equilíbrio / unid.		11

Cálculo do Ponto de Equilíbrio - acessórios

PE	Custos + Despesas Fixas
	Margem de Contribuição Unitária

Bolsa Social		
1	Preço de Vendas / unid.	42,62
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	17,95
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	24,67
Ponto de Equilíbrio / unid.		24

Cinto Social		
1	Preço de Vendas / unid.	31,34
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	10,52
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	20,82
Ponto de Equilíbrio / unid.		29

Bolsa Moda Praia		
1	Preço de Vendas / unid.	33,68
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	8,25
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	25,43
Ponto de Equilíbrio / unid.		24

Cinto Esportivo		
1	Preço de Vendas / unid.	20,43
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	5,39
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	15,04
Ponto de Equilíbrio / unid.		40

Bolsa Esportiva		
1	Preço de Vendas / unid.	35,88
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	12,65
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	23,23
Ponto de Equilíbrio / unid.		26

Meia Social		
1	Preço de Vendas / unid.	19,70
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	6,03
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	13,67
Ponto de Equilíbrio / unid.		44

Bolsa Executiva		
1	Preço de Vendas / unid.	57,86
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	31,66
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	26,20
Ponto de Equilíbrio / unid.		23

Meia Esportiva		
1	Preço de Vendas / unid.	13,86
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	3,69
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	10,17
Ponto de Equilíbrio / unid.		59

Cálculo do Ponto de Equilíbrio - jóias

PE	Custos + Despesas Fixas
	Margem de Contribuição Unitária

Colar em Miçangas		
1	Preço de Vendas / unid.	30,18
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	7,86
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	22,32
Ponto de Equilíbrio / unid.		27

Pulseira em Miçangas		
1	Preço de Vendas / unid.	25,09
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	5,07
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	20,02
Ponto de Equilíbrio / unid.		30

Brinco em Miçangas		
1	Preço de Vendas / unid.	19,48
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	3,97
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	15,51
Ponto de Equilíbrio / unid.		39

Colar em Ouro		
1	Preço de Vendas / unid.	46,71
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	13,07
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	33,64
Ponto de Equilíbrio / unid.		18

Pulseira e Bracelete em Ouro		
1	Preço de Vendas / unid.	41,50
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	17,37
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	24,13
Ponto de Equilíbrio / unid.		25

Brinco em Ouro		
1	Preço de Vendas / unid.	30,67
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	13,27
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	17,40
Ponto de Equilíbrio / unid.		34

Correntes e Colares em Aço		
1	Preço de Vendas / unid.	54,01
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	13,07
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	40,94
Ponto de Equilíbrio / unid.		15

Pulseira em Aço		
1	Preço de Vendas / unid.	43,69
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	9,77
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	33,92
Ponto de Equilíbrio / unid.		18

Brinco em Aço		
1	Preço de Vendas / unid.	36,82
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	7,57
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	29,25
Ponto de Equilíbrio / unid.		20

Colar em Pérolas		
1	Preço de Vendas / unid.	66,07
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	36,75
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	29,32
Ponto de Equilíbrio / unid.		20

Pulseira em Pérolas		
1	Preço de Vendas / unid.	56,12
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	24,97
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	31,15
Ponto de Equilíbrio / unid.		19

Brinco em Pérolas		
1	Preço de Vendas / unid.	47,16
2	Custo + Despesas Variáveis / unid.	22,67
3	Custos + Despesa Fixas / mês	598,94
4	Margem de Contribuição Unitária	24,49
Ponto de Equilíbrio / unid.		24

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO

Preço de Venda Unitário R\$												
	jan/06	fev/06	mar/06	abr/06	mai/06	jun/06	jul/06	ago/06	set/06	out/06	nov/06	dez/06
Venda de Mercadorias Totais / unid.	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680
Receita	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93
Caixa Inicial	0,00	31.548,28	63.096,57	94.644,85	126.193,13	157.741,41	189.289,70	220.837,98	252.386,26	283.934,54	315.482,83	347.031,11
RECEBIMENTOS												
Receitas	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93	74.801,93
PAGAMENTOS												
CUSTOS VARIÁVEIS	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00	25.283,00
Despesas Fixas	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064	11.064
CUSTOS FIXOS	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05	6.907,05
CUSTO TOTAL	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65	43.253,65
SALDO DE CAIXA	31.548,28	63.096,57	94.644,85	126.193,13	157.741,41	189.289,70	220.837,98	252.386,26	283.934,54	315.482,83	347.031,11	378.579,39

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 ANOS					
DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEBIMENTOS	897.623,19	1.032.266,67	1.187.106,67	1.365.172,67	1.569.948,57
Receitas	897.623,19	1.032.266,67	1.187.106,67	1.365.172,67	1.569.948,57
PAGAMENTOS					
Custos Variáveis	303.396,00	321.543,02	340.775,48	361.158,28	382.760,24
Despesas Fixas	132.763,20	140.704,17	149.120,10	158.039,42	167.492,24
Custos Fixos	82.884,60	87.842,18	93.096,28	98.664,65	104.566,08
CUSTO TOTAL	519.043,80	550.089,37	582.991,86	617.862,35	647.326,32
SALDO DE CAIXA	378.579,39	482.177,30	604.114,81	747.310,32	1.082.622,25

IGPM	5,9813%
------	---------

Crescimento	15%
-------------	-----

VALOR PRESENTE LÍQUIDO

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	112.575,41			-112.575,41			
1		897.623,19	519.043,80	378.579,39	336%	0,30	107
2		1.032.266,67	550.089,37	482.177,30	428%	0,23	84
3		1.187.106,67	582.991,86	604.114,81	537%	0,19	67
4		1.365.172,67	617.862,35	747.310,32	664%	0,15	54
5		1.569.948,57	487.326,32	1.082.622,25	962%	0,10	37

Taxa de Retorno Contábil	=	$\frac{\text{Fluxo Caixa anual}}{\text{Investimento}}$	363%
--------------------------	---	--	------

Payback	=	$\frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo Caixa anual}}$	
---------	---	--	--

VPL	=	$\frac{F_n}{(1+i)^n} - \text{INVEST.}$	
-----	---	--	--

VPL = Valor Presente Líquido
 F_n = Fluxo de Caixa
 i = Taxa de Retorno Desejada
 n = Vida do Projeto em anos
 INVEST = Investimento Inicial

VPL	=	R\$ 1.690.405,53	
-----	---	------------------	--

TIR	=	363%	
-----	---	------	--

Balço Patrimonial Atual e Projetado

ANOS	2007	AH	2008	AH	AV	2009	AH	AV	2010	AH	AV	2011	AH	AV
ATIVO														
CIRCULANTE	474.251,06	100%	961.196,00	203%	99%	1.571.315,92	331%	99%	2.325.942,84	490%	100%	3.408.565,09	719%	100%
DISPONIBILIDADES	418.402,44	100%	900.579,74	215%	92%	1.504.694,55	360%	95%	2.252.004,87	538%	96%	3.334.627,12	797%	98%
Caixa e Banco	418.402,44	100%	900.579,74	215%	92%	1.504.694,55	360%	95%	2.252.004,87	538%	96%	3.334.627,12	797%	98%
ESTOQUES	55.848,62	100%	60.616,26	109%	6%	66.621,37	119%	4%	73.937,97	132%	3%	73.937,97	132%	2%
Estoque - material de expediente	3.180,08	100%	3.180,08	100%	0%	3.180,08	100%	0%	3.180,08	100%	0%	3.180,08	100%	0%
Estoque - material de limpeza	67,54	100%	67,54	100%	0%	67,54	100%	0%	67,54	100%	0%	67,54	100%	0%
Estoque - produtos p/ revenda	52.601,00	100%	57.368,64	109%	6%	63.373,75	120%	4%	70.690,35	134%	3%	70.690,35	134%	2%
REALIZÁVEL A LONGO PRAZO	-	100%	-	-	0%	-	-	0%	-	-	0%	-	-	0%
PERMANENTE	14.825,17	100%	12.746,60	86%	1%	10.668,03	72%	1%	8.589,46	58%	0%	6.510,90	44%	0%
IMOBILIZADO	8.705,17	100%	7.306,60	84%	1%	5.908,03	68%	0%	4.509,46	52%	0%	3.110,90	36%	0%
Móveis e Utensílios	3.776,32	100%	3.776,32	100%	0%	3.776,32	100%	0%	3.776,32	100%	0%	3.776,32	100%	0%
Máquinas e Equipamentos	6.327,42	100%	6.327,42	100%	1%	6.327,42	100%	0%	6.327,42	100%	0%	6.327,42	100%	0%
(-) Depreciação Acumulada	(1.398,57)	100%	(2.797,14)	200%	0%	(4.195,71)	300%	0%	(5.594,28)	400%	0%	(6.992,85)	500%	0%
DIFERIDO	6.120,00	100%	5.440,00	89%	1%	4.760,00	78%	0%	4.080,00	67%	0%	3.400,00	56%	0%
Despesa Pré-Operacionais	3.000,00	100%	3.000,00	100%	0%	3.000,00	100%	0%	3.000,00	100%	0%	3.000,00	100%	0%
Legalização	800,00	100%	800,00	100%	0%	800,00	100%	0%	800,00	100%	0%	800,00	100%	0%
Contador	2.000,00	100%	2.000,00	100%	0%	2.000,00	100%	0%	2.000,00	100%	0%	2.000,00	100%	0%
Advogado	1.000,00	100%	1.000,00	100%	0%	1.000,00	100%	0%	1.000,00	100%	0%	1.000,00	100%	0%
(-) Amortização Acumulada	(680,00)	100%	(1.360,00)	200%	0%	(2.040,00)	300%	0%	(2.720,00)	400%	0%	(3.400,00)	500%	0%
TOTAL DO ATIVO	489.076,23	100%	973.942,61	199%	100%	1.581.983,95	323%	100%	2.334.532,30	477%	100%	3.415.075,98	698%	100%
PASSIVO														
CIRCULANTE	209.236,43	100%	399.525,56	191%	41%	631.864,21	302%	40%	913.324,42	437%	39%	1.410.828,18	674%	41%
PIS a Recolher	1.980,49	100%	4.595,34	232%	0%	7.930,32	400%	1%	12.111,99	612%	1%	17.287,42	873%	1%
COFINS a Recolher	9.140,73	100%	21.209,28	232%	2%	36.601,46	400%	2%	55.901,50	612%	2%	79.788,09	873%	2%
CSLL a Recolher	26.421,28	100%	61.305,42	232%	6%	105.796,53	400%	7%	161.583,29	612%	7%	230.627,49	873%	7%
IRPJ a Recolher	44.035,46	100%	102.175,71	232%	10%	176.327,56	400%	11%	269.305,48	612%	12%	384.379,15	873%	11%
Fornecedores	55.848,62	100%	55.848,62	100%	6%	55.848,62	100%	4%	55.848,62	100%	2%	55.848,62	100%	2%
ICMS	71.809,86	-	154.391,19	-	0%	249.359,72	-	0%	358.573,54	-	0%	642.897,41	-	0%
EXIGÍVEL A L/P	-	100%	-	-	0%	-	-	0%	-	-	0%	-	-	0%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	279.839,80	100%	574.417,04	205%	59%	950.119,74	340%	60%	1.421.207,88	508%	61%	2.004.247,80	716%	59%
Capital Social	56.726,79	100%	56.726,79	100%	6%	56.726,79	100%	4%	56.726,79	100%	2%	56.726,79	100%	2%
LUCRO/PREJUÍZOS ACUMULADO	223.113,01	100%	517.690,25	232%	53%	893.392,95	400%	56%	1.364.481,09	612%	58%	1.947.521,01	873%	57%
Lucro Acumulado	223.113,01	100%	517.690,25	232%	53%	893.392,95	400%	56%	1.364.481,09	612%	58%	1.947.521,01	873%	57%
TOTAL DO PASSIVO	489.076,23	100%	973.942,60	199%	100%	1.581.983,95	323%	100%	2.334.532,30	477%	100%	3.415.075,98	698%	100%

Demonstrativo do Resultado do Exercício - DRE

ANOS	2007	2008	2009	2010	2011
RECEITA BRUTA	897.623,19	1.032.266,67	1.187.106,67	1.365.172,67	1.569.948,57
(-) Deduções	71.809,86	82.581,33	94.968,53	109.213,81	125.595,89
ICMS - 8%	71.809,86	82.581,33	94.968,53	109.213,81	125.595,89
RECEITA LÍQUIDA	825.813,34	949.685,34	1.092.138,14	1.255.958,86	1.444.352,69
(-) CPV	386.280,60	409.385,20	433.871,76	459.822,93	487.326,32
LUCRO BRUTO	439.532,74	540.300,13	658.266,38	796.135,93	957.026,37
(-) Despesas	134.841,77	138.015,10	145.193,56	152.801,39	160.806,56
Operacionais	23.481,05	23.808,89	24.156,33	24.524,56	24.857,11
Água	600,00	635,89	673,92	714,23	756,95
Luz	960,00	1.017,42	1.078,28	1.142,77	1.211,12
Telefone	1.032,00	1.093,73	1.159,15	1.228,48	1.301,96
Material de Limpeza	810,48	858,96	910,33	964,78	964,78
Depreciação	1.398,57	1.482,22	1.570,88	1.664,84	1.764,42
Aluguel	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Amortização	680,00	720,67	763,78	809,46	857,88
Administrativas	111.360,72	114.206,21	121.037,23	128.276,83	135.949,45
Materiais de Expediente	38.160,96	40.443,48	42.862,53	45.426,26	48.143,34
Marketing	12.000,00	12.717,76	13.478,44	14.284,63	15.139,04
Internet	1.199,76	1.271,52	1.347,57	1.428,18	1.513,60
Salários - Administrador	24.000,00	25.435,51	26.956,89	28.569,26	30.278,07
Salários - Secretária	8.400,00	8.902,43	9.434,91	9.999,24	10.597,33
Salários - Contador	24.000,00	25.435,51	26.956,89	28.569,26	30.278,07
Segurança	3.600,00	3.815,33	4.043,53	4.285,39	4.539,86
Lucro Operacional	304.690,97	402.285,04	513.072,82	643.334,54	796.219,81
(+/-) Despesas Não Op.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Lucro Antes do PIS/COFINS	304.690,97	402.285,04	513.072,82	643.334,54	796.219,81
PIS	1.980,49	2.614,85	3.334,97	4.181,67	5.175,43
COFINS	9.140,73	12.068,55	15.392,18	19.300,04	23.886,59
Lucro Antes do CSLL/IR	293.569,75	387.601,63	494.345,66	619.852,83	767.157,78
CSLL	26.421,28	34.884,15	44.491,11	55.786,75	69.044,20
IR	44.035,46	58.140,24	74.151,85	92.977,92	115.073,67
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	223.113,01	294.577,24	375.702,70	471.088,15	583.039,92

IGPM 5,9813%

ICMS 8%

PIS 0,65%

COFINS 3%

CSLL 9%

IR 15%

Desequilíbrio Economico-Financeiro

Índices Overtrading	2007	2008	2009	2010	2011
Ativo Permanente X 100	3%	1%	1%	0%	0%
Ativo Total					

Ativo Circulante X 100	97%	99%	99%	100%	100%
Ativo Total					

Capitais Próprios X 100	86%	92%	95%	96%	98%
Ativo Total					

Passivo Circulante - Exigível a L/P X 100	44%	42%	40%	39%	41%
Ativo Circulante					

Lucro Líquido X 100	25%	29%	32%	35%	37%
Vendas					

Estoques X 100	12%	6%	4%	3%	2%
Ativo Circulante					

Lucro Operacional Corrente

	2007	2008	2009	2010	2011
Receita de Vendas	897.623,19	1.032.266,67	1.187.106,67	1.365.172,67	1.569.948,57
(-) Custo Produto Vendido	386.280,60	409.385,20	433.871,76	459.822,93	487.326,32
Lucro Bruto	511.342,59	622.881,47	753.234,91	905.349,74	1.082.622,25
(-) Despesas Operacionais	134.841,77	23.808,89	145.193,56	152.801,39	160.806,56
Operacionais	23.481,05	23.808,89	24.156,33	24.524,56	24.857,11
Administrativas	111.360,72	114.206,21	121.037,23	128.276,83	135.949,45
Ebitda ou Lajita	376.500,82	599.072,58	608.041,35	752.548,35	921.815,69

Conclusão

A dinâmica do estudo executado em sala de aula, não somente concernente ao teor contábil, mas também ao envolvimento com os assuntos abordados em classe aguçam o ensejo e a oportunidade de dar praticidade a todo aporte teórico ofertado, em sala de aula, na disciplina Administração Financeira e Orçamento Empresarial.

No que tange à Ciência Contábil a disciplina é bastante enriquecedora para que é possível constatar com grande precisão a importância dos procedimentos contábeis, perceber de perto a dinâmica de gestão e por em prática os princípios, métodos e teorias da contabilidade. Ora, a Ciência Contábil é uma ferramenta muito útil como informação tanto para as atividades dentro da gestão como para a tomada de decisões de caráter interno e externo, logo o uso desta ciência em um setor onde se faz necessário o controle de entradas e saídas de estoque, apuração de vendas análise de diferenças periódicas é de suma importância.

Considero de grande relevância a disciplina Administração Financeira e Orçamento Empresarial, uma vez que tive a oportunidade, de atuar nos diversos setores que se inserem na Ciência Contábil, além de poder por em prática, como já mencionado, toda a experiência, e conhecimentos adquiridos na Universidade.

Bibliografia

CARVALHO, Salatiel Junior Alves de. **A caminho da falência**. Artigo apresentado na disciplina Análise de Demonstrativos Contábeis II, 2003. UFPA.

DIAS, Antonia Maria Batista de Souza. **Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do plano de negócio**. Trabalho de Conclusão de Curso 2002. UFPA.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luiza**. 30ª ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

Martins, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. São Paulo. 1996. 381 P

SANTOS, Gianpaollo Marcello de Leão. RELVAS, Gardel. **O plano de Negócios: implantação do restaurante Bom Paladar Ltda**. Trabalho de Conclusão de Curso 2004. UFPA.

VASCONCELOS, Yumara Lúcia. **EBTIDA: retrato de desempenho operacional**. Artigo publicado na IOB – Informações Objetivas IOB Comenta 49 / 2001.