



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

Rosicleide Progênio Miranda

**Plano de negócio para viabilizar a montagem de uma loja de
confeções e acessórios infantis**

**BELEM
2005**

**PLANO DE NEGÓCIOS
UMA AVALIAÇÃO FEITA EM UMA EMPRESA DE
REVENDA DE CONFECÇÕES INFANTIS.**



**Projeto de pesquisa, apresentado junto à
Universidade Federal do Pará como
requisito para a obtenção de aprovação
na disciplina administração Financeira .
Aluna: Rosicleide P. Miranda
Matrícula: 0101001701
Professor: Héber Lavor Moreira**

BELÉM - PARÁ

JUNHO - 2005

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho. Em especial, aos amigos de faculdade pelas extensas horas de estudo e a Deus que me deu a oportunidade de ingresso nessa tão conceituada universidade e todo o apoio para que fosse possível a realização deste trabalho.

RESUMO

Segundo pesquisas divulgadas pelo IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, muitas pessoas que dispõem de capital, buscam montar seu próprio negócio. Todavia, um fator serve de impedimento ao sucesso do empreendimento: A falta de elaboração de um bom Plano de Negócios, pois a maioria delas lançam-se no negócio sem dispor de informações suficientes que lhes auxiliem na tomada de decisões.

Buscando dar suporte a futuros empreendedores e até mesmo a atuais, foi realizado este trabalho que visa a elaboração de um plano de negócios, para que tais pessoas possam empreender embasadas em dados concretos e conseqüentemente alcance os objetivos pretendidos quando da implantação do empreendimento.

Utilizando o conceito de plano de negócios foi realizado um estudo da viabilidade econômico-financeira, aplicado a um empreendimento que atua no setor do comércio, no qual será percebido como é importante a realização de estudos que demonstrem, de forma antecipada, o rumo do negócio.

O projeto visa a implantação de uma sociedade limitada voltada para a revenda de confeções e acessórios infantis, visando atender crianças de 10 à 14 anos, com vistas a atender uma clientela de médio e alto poder aquisitivo da área metropolitana de Belém, com produtos de excelente qualidade, com a finalidade de auferir lucro a empresa e satisfação a clientela, realizando-se para o perfeito sucesso do empreendimento um eficiente estudo prévio do mercado.

CAPITULO I	7
1.1. TÍTULO DO ESTUDO.....	7
1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO.....	7
1.2.1 Importância do estudo.....	7
1.2.2 Delimitação do Estudo.....	7
1.2.3 O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas	7
1.2.4 A delimitação do estudo.....	7
1.2.5 A organização do estudo:.....	7
1.3 PÚBLICO ALVO	8
1.4 JUSTIFICATIVAS	8
1.5 METODOLOGIA APLICADA.....	8
CAPITULO II	9
2.1 Conceito de Plano de Negócios:	9
2.2 Tipo de Negócio:.....	9
2.3 Para que implantar o Plano de Negócios:	9
2.4 Estrutura do Plano de Negócios:.....	9
2.4.1 Estrutura do Plano de Negócios	9
CAPITULO III.....	10
3.1 – Sumário Executivo:.....	10
3.2 – Resumo da Empresa:.....	10
3.2.1 - A Empresa:	10
3.2.2 Natureza Jurídica:	10
3.2.3 Quadro Resumo dos Sócios	11
Sócio	11
3.2.4 – Localização:	11
3.3 – Produtos:	11
3.3.1 Produtos que serão comercializados pela empresa:	11
3.3.2 Necessidades do Mercado:.....	11
3.3.3 – Concorrência:	11
3.4 Análise de Mercado:	12
3.5 – Estrutura e Gerência do Negócio:	12
3.6 Organograma Funcional da Empresa:.....	12
3.7 Aspectos Legais:	12
3.8 Planejamento Financeiro:.....	13
3.8.1 Investimento inicial:.....	13
3.8.1.1 – Investimentos Fixos:	13
3.8.1.2 – Estoque Inicial	13
3.8.1.3 - Gastos Pré-operacionais	14
3.8.2 – Custos e Despesas Fixas:.....	14
3.8.2.1– Custos Fixos:.....	14
3.8.2.2 - Despesas Fixas.....	14
3.8.3 Balanço Patrimonial Inicial.....	14
3.8.4 – Demonstração do Resultado do Exercício:	15
3.8.5 - Estimativa de Venda mensal:	16
3.8.6– Fluxo de Caixa	16
3.8.7– Analise Econômica do Empreendimento.....	16
3.8.7.1– Valor Presente Líquido:	17
3.8.7.2– Taxa Interna de Retorno – TIR	17
3.8.7.3– Período de Payback ou Tempo de Retorno de Investimento:	17
3.8.7.4– Ponto de Equilíbrio:	17
3.8.7.5– Margem de Contribuição	20
CAPITULO IV.....	23
4.1 Considerações Gerais.....	23
5.1 BIBLIOGRAFIA	24

INTRODUÇÃO

No mercado brasileiro onde a oferta de emprego esta cada dia menor, prova disso são os elevados índices de desemprego divulgados pelos institutos de pesquisa, as pessoas buscam alternativa de montar seu próprio negócio. No Brasil, ao contrário de outros países, os empreendedores surgem mais por uma necessidade do que como forma de obter uma outra fonte de renda, com isso muitos lançam-se ao mundo empreendedor sem ter nenhuma informação concreta sobre o ramo de atividade o qual optaram para exercer. Porém na execução dessa alternativa um fator deve ser levado em consideração é a elaboração de um Plano de Negócios, ou seja, idéias e opções que o empreendedor analisará antes da tomada de decisão, já que é elevado o número de empreendimentos que não alcançam o 5º ano de atividade, motivado principalmente pela falta de elaboração de diretrizes e metas que demonstrem com a maior eficácia possível a viabilidade econômica e financeira do negócio a ser implantado.

Em razão disto nos propomos a realizar este estudo, de forma a demonstrar se o empreendimento é viável economicamente, para que as pessoas que optarem em montar seu próprio negócio utilize como suporte e possam empreender com segurança e conseqüentemente tenham como companheiro nessa caminhada o sucesso.

CAPITULO I

1.1. TÍTULO DO ESTUDO

Plano de Negócios aplicado a uma empresa de revenda de confeções e acessórios infantis, voltada para atender crianças de 10 à 14 anos.

1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO

1.2.1 Importância do estudo

Demonstrar a importância da elaboração de um Plano de Negócios visando orientar não só futuros empreendedores, mais também àquelas pessoas que já atuam em qualquer ramo de atividade para que tomem conhecimento da importância da elaboração de um planejamento antes de se lançarem no mundo empreendedor, a fim de que conheçam a viabilidade econômica do mesmo, pois o fator que lidera a relação dos principais motivo de fechamento precoce de um negócio é justamente a falta de planejamento.

1.2.2 Delimitação do Estudo

Auxiliar atuais e futuros empreendedores no processo decisório e com isso diminuir a possibilidade de encerramento precoce do empreendimento.

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

O presente estudo tem como objetivo demonstrar como é imprescindível a elaboração do Plano de Negócios para dar suporte aos futuros empreendedores na implantação de um negócio que objetive o sucesso.

1.2.4 A delimitação do estudo

O estudo será aplicado a uma empresa de revenda de confeções e acessórios infantis, localizado a Av. Braz de Aguiar, nº 105, Nazaré, Belém-Pará, a com a finalidade de verificar a viabilidade econômica e Financeira do negócio.

1.2.5 A organização do estudo:

- a) Capa;
- b) Folha de Rosto;
- c) Termo de Aprovação;
- d) Dedicatória;
- e) Agradecimentos;
- f) Resumo
- g) Sumário;
- h) Conteúdo textual: Introdução, Planejamento e Procedimentos Metodológicos, Fundamentações Teóricas, considerações finais e Sugestões para Pesquisas Futuras.
- i) Anexos
- j) Bibliografia

1.3 PÚBLICO ALVO

O presente estudo tem como público alvo atuais empreendedores e pessoas que pretendam se futuros empreendedores.

1.4 JUSTIFICATIVAS

O tema bem como o desenvolvimento do estudo foram escolhidos em razão do elevado índice de insucesso de empreendimentos implantados no Brasil. Dentre as causas que mais contribuem para isso, podemos citar a falta de um planejamento que venha a orientar os futuros empreendedores na execução do seu negócio.

1.5 METODOLOGIA APLICADA

O exemplo de plano de negócios para abertura de uma empresa de revenda de confecções e acessórios infantis, contará com a supervisão do professor orientador, bem como, pesquisas bibliográficas no acervo da Universidade Federal do Pará e de outras entidades de ensino, Internet, e também com a formulação de textos próprios, juntamente com o auxílio de citações de autores que certamente contribuirão para o bom desempenho do trabalho.

CAPITULO II

O Plano de Negócios

2.1 Conceito de Plano de Negócios:

Plano de Negócios é o documento que contém várias informações sobre o negócio, tais como: sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar seu espaço no mercado e as projeções de despesas receitas e resultados financeiros.

2.2 Tipo de Negócio:

Para elaboração de um bom plano de negócios é fundamental que o empreendedor conheça o tipo de negócio que ele exerce, bem como o ramo de atividade que está inserido seu empreendimento.. A empresa **TWEENS FASHION LTDA** será uma empresa comercial que atuará no ramo de confeções e acessórios infantis, sendo que a comercialização se dará no varejo, visando atender clientes de médio e alto poder aquisitivo.

2.3 Para que implantar o Plano de Negócios:

No mundo atual de negócios, não se pensa mais em abrir ou manter uma empresa sem antes fazer um bom Plano de Negócios, visando não corre o risco de insucesso do empreendimento .Por isso os empreendedores são levados cada vez mais a pensarem em fatores que envolvem seu negócio.O Plano de negócios tem como finalidade a transparência do empreendimento e serve como instrumento de interesse de pessoas que de alguma maneira tenham interesse ou sejam afetados pela empresa, tais como: sócios, parceiros, investidores e também os empregados.

2.4 Estrutura do Plano de Negócios:

Como cada empreendimento possui suas particularidades, é importante ressaltar a estrutura do plano de negócios, que assim se apresenta:

2.4.1 Estrutura do Plano de Negócios

Sumário Executivo:

Resumo da Empresa:

Produtos e Serviços:

Análise de Mercado:

Estratégia de Negócio:

Organização e gerência do Negócio:

Planejamento Financeiro:

CAPITULO III

ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO-EMPRESA:TWEENS FASHION LTDA

3.1 – Sumário Executivo:

O presente Plano de Negócios foi elaborado visando auxiliar o futuro empreendedor na tomada de decisão de iniciar um empreendimento do setor de comércio de confeções e acessórios infantis.

A Empresa TWEENS FASHION LTDA, é uma loja que está em fase de planejamento e que atuará no setor de comércio varejista, no ramo de confeções e acessórios infantis oriundos do Nordeste e Centro-Sul do país. A venda dos produtos será direcionada ao público infantil com idade entre 10 à 14 anos, visando atender clientela de médio e alto poder aquisitivo da região Metropolitana de Belém.

3.2 – Resumo da Empresa:

3.2.1 - A Empresa:

A Empresa **R&M CONFEÇÕES E ACESSÓRIOS INFANTIS LTDA**, que terá como nome de fantasia **TWEENS FASHION LTDA**, atuará no ramo de confecção e acessórios infantis oriundos do Nordeste e Centro-Sul do Brasil, mais precisamente Fortaleza, São Paulo e Belo Horizonte, destinada ao público infantil com faixa etária entre 10 e 14 anos, que segundo pesquisas divulgadas pela revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, Edição 03/2004, já são mais de 17 milhões de consumidores em todo o país, e já se tornaram um dos alvos preferidos das indústrias.

Os produtos revendidos pela empresa visam atender clientela de médio e alto poder aquisitivo da região metropolitana de Belém, como forma de suprir demanda necessitada deste tipo de produto no mercado local.

Os empreendedores para a viabilidade do projeto realizaram um estudo prévio do mercado visando o futuro sucesso do empreendimento. Após análise constatou-se que o empreendimento será viável devido a carência deste tipo de produto no mercado local, pois a maior parte dos concorrentes da empresa direcionam seus produtos a crianças de 0 à 08 anos, gerando mercado consumidor garantido para a empresa, bem como satisfação para a clientela.

3.2.2 Natureza Jurídica:

A Natureza Jurídica da entidade organizacional será do tipo sociedade LIMITADA, tendo seus atos constitutivos arquivados na Junta Comercial do Estado do Pará, com o Capital Social de R\$ 34.160,00(Trinta e quatro mil, cento e sessenta reais), totalmente integralizados em moeda corrente deste país, sendo constituída por dois sócios: ROSICLEIDE P. MIRANDA E MARIA DO SOCORRO ALVES MELO.

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

A sr^a.Rosicleide P. Miranda sócia e proprietária assumirá a diretoria Administrativa e Finanças empresa.

A sr^a.Maria do Socorro Alves Melo será a diretora comercial, sendo responsável pelas negociações com credores em geral. Tendo larga experiência no ramo de confeções, o que facilitará a gestão de seu trabalho.

3.2.3 Quadro Resumo dos Sócios

Sócio	Capital %	0,00
Rosicleide P. Miranda	50	17.080,00
Maria do Socorro A. Mello	50	17.080,00
Total	100	34.160,00

3.2.4 – Localização:

O empreendimento será instalado em uma área de aproximadamente 8 m2, localizada a Av. Braz de Aguiar, nº 105 em Belém-PA. A área é propícia para se implantar o negócio, pois é uma região nobre da cidade de fácil circulação do público alvo da empresa, que são as pessoas de médio e alto poder aquisitivo da região metropolitana de Belém, além disso a área dispõe de toda uma infraestrutura adequada a instalação do projeto, pois se trata de uma área eminentemente comercial.

3.3 – Produtos:

A qualidade e variedade de produtos é um fator preponderante para chamar a atenção do cliente, por isso a empresa **TWEENS FASHION LTDA**, dispõe de uma variedades de confeções e acessórios infantis, tais como:

3.3.1 Produtos que serão comercializados pela empresa:

- **Camisas Masculinas**
- **Blusas Femininas**
- **Saias**
- **Bermudas**
- **Vestidos**
- **Calças**
- **Cintos**
- **Bolsas**

3.3.2 Necessidades do Mercado:

Visando o sucesso do empreendimento os gestores da empresa **TWEENS FASHION LTDA** empreenderam pesquisa de mercado, a qual constatou a necessidade da oferta de confeções e acessórios infantis de excelente qualidade, que viesse a atender pré-adolescentes com faixa etária entre 10 e 14 anos, que segundo pesquisa divulgada pela revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, Edição 03/2004, pág.38, se tornaram da noite para o dia o público alvo preferido das indústrias, com mercado consumidor de mais de 17 milhões em todo Brasil, gerando mercado consumidor garantido para o empreendimento, uma vez que o mercado local não oferece produtos específicos para atender a clientela público alvo do empreendimento, e sim crianças de um modo geral.

3.3.3 – Concorrência:

A Concorrência local de uma maneira geral é bastante grande, já que se trata de uma área eminentemente comercial, porém a empresa **TWEENS FASHION LTDA**, cuidou para que houvesse o sucesso do empreendimento, realizando pesquisa dos seus principais concorrentes no mercado local, a qual constatou que os concorrentes em geral direcionam seu atendimento a crianças de 0 à 08 anos, e seus produtos não satisfazem a clientela de pré-adolescentes entre 10 e 14 anos, pois eles são exigentes na hora de se vestir, escolhem suas próprias roupas, geralmente roupas

de acordo com a moda por eles ditadas e que o mercado não acompanha, por não atender a um público específico e sim crianças em geral. Os pré-adolescentes e quem escolhem suas roupas mas quem paga as contas são os pais, geralmente pessoas de médio e alto poder aquisitivo, público alvo do empreendimento.

3.4 Análise de Mercado:

Um ponto importante é conhecer a característica do público alvo do empreendimento, bem como a necessidade do mercado a ser atendida. No caso da empresa **TWEENS FASHION LTDA** foi detectado naquela região uma deficiência no atendimento de roupas e acessórios a pré-adolescentes de 10 à 14 anos, que possuem um mercado consumidor atrativo tanto local quanto nacional, pois já são mais de 17 milhões em todo o Brasil. Outro ponto positivo ao empreendimento é que a maioria dos concorrentes locais direcionam seu atendimento a crianças de 0 à 08 anos, facilitando assim o bom desempenho do empreendimento.

3.5 – Estrutura e Gerência do Negócio:

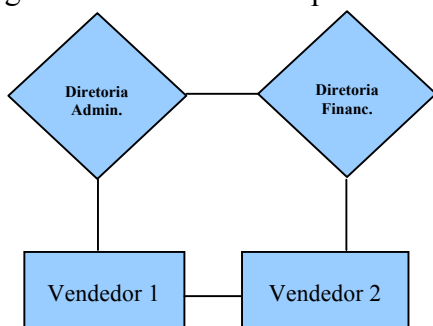
Estrutura e gerência do negócio significa dizer a maneira como a empresa vai funcionar, ou seja, como vai ser sua organização para atingir os objetivos traçados.

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

A estrutura funcional da empresa **TWEENS FASHION LTDA** terá como dirigentes os dois sócios – proprietários (**ROSICLEIDE MIRANDA E MARIA DO SOCORRO MELO**) que receberão pró – labore de igual valor, sendo que os sócios serão responsáveis por todas as tomadas do processo decisório centralizado organizacional, tendo também a empresa 02 vendedores com uma estrutura organizacional inicial simples, conforme abaixo é descrito:

Funcionário	Valor R\$
Rosicleide P. Miranda	800,00
Maria do Socorro A. Melo	800,00
Ana Beatriz Mendonça	300,00
Carolina Martins	300,00
Total	2.200,00

3.6 Organograma Funcional da Empresa:



3.7 Aspectos Legais:

Diz respeito as providências a serem tomadas quando da abertura do empreendimento:

- Registro e arquivamento do ato constitutivo na Junta Comercial do Estado.
- Registro na Secretaria da Fazenda do CNPJ, o qual só poderá ser feito mediante a preenchimento de DBE, que exige o nº NIRE. da empresa.
- Solicitação junto Secretaria da Fazenda do enquadramento com micro-empresa e no SIMPLES

FEDERAL

- Registro na fazenda Estadual, para obter Inscrição Estadual.
- Registro na Prefeitura para solicitar informações sobre as instalações físicas e ALVARÁ
- Registro no INSS;
- Sindicato Patronal;
- PROCON; informações para adequar seus produtos com o código de defesa do consumidor (Lei nº 8.078/1990)

3.8 Planejamento Financeiro:

O planejamento financeiro significa a análise em termos de número de toda a movimentação do empreendimento, ou seja é a quantificação dos gastos custos e despesas incorridas na execução do negócio

3.8.1 Investimento inicial:

O Investimento Inicial da empresa gira em torno de R\$ 34.160,00 (Trinta e quatro mil e sessenta reais), abrangendo investimentos fixos, estoque inicial e gastos pré-operacionais, conforme orçamento abaixo descrito:

3.8.1.1 – Investimentos Fixos:

Descrição	unid.	R\$
Total		R\$ 24.330,00

3.8.1.2 – Estoque Inicial

Custos Variáveis	Unid.	R\$ 2.260,00

3.8.1.3 - Gastos Pré-operacionais

Despesas Pré-operacionais	R\$ 7.570,00
[Redacted]	

3.8.2 – Custos e Despesas Fixas:

Os custos e despesas fixas orçadas no início do empreendimento foram as seguintes:

3.8.2.1– Custos Fixos:

Custos Fixos	R\$ 2.096,74
[Redacted]	

3.8.2.2 - Despesas Fixas

Despesas Fixas	R\$ 2.353,83
[Redacted]	

3.8.3 Balanço Patrimonial Inicial

O Balanço Patrimonial é a demonstração financeira que evidencia resumidamente a situação do patrimônio da entidade, quantitativa e qualitativamente, nele as contas são classificadas de acordo com o patrimônio das entidades, divididas em ativo, passivo e patrimônio líquido. Essa divisão visa facilitar o conhecimento e a análise da situação financeira da companhia. Ativo é o grupo de contas que representam os bens e os direitos e devem ser dispostas na ordem decrescente do grau de liquidez dos elementos e estão classificadas em três grupos principais: Ativo Circulante, Ativo Realizável a Longo Prazo e Ativo Permanente.

Passivo é o grupo que abrange contas que representam obrigações, ou seja dívidas da empresa para com terceiros (Capital alheio) e o Patrimônio Líquido que são dívidas da empresa para com seus proprietários (capital próprio) e estão dividido em quatro grupos principais: Passivo Circulante, Passivo Exigível a Longo Prazo, Resultados de Exercícios Futuros e Patrimônio Líquido. Essas contas devem ser dispostas em ordem crescente do grau de liquidez.

Abaixo segue a estrutura do balanço patrimonial inicial da empresa **TWEENS FASHION LTDA**, de acordo com o estabelecido pela Lei das Sociedades por Ações nº 6404/76.

3.8.5 - Estimativa de Venda mensal:

A Estimativa de Venda mensal é de 160 peças entre confeções e acessórios. A loja dispõe de vendas à vista e no cartão, sendo a venda à prazo parcelada em 03(três) vezes no Cartão Externo.

3.8.6- Fluxo de Caixa

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

O Saldo Líquido de Caixa da empresa **TWEENS FASHION LTDA** nos 05 (cinco) anos analisados foram os seguintes:

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa
0	34.160,00			-34.160,00
1		175.089,81	86.599,20	88.490,61
2		201.353,28	91.572,96	109.780,32
3		231.556,27	99.548,96	132.007,31
4		266.289,71	192.927,06	73.362,65
5		306.233,16	117.645,61	188.587,56

3.8.7- Análise Econômica do Empreendimento

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	34.160,00			-34.160,00			
1		175.089,81	86.599,20	88.490,61	259%	0,39	140
2		201.353,28	91.572,96	109.780,32	321%	0,31	112
3		231.556,27	99.548,96	132.007,31	386%	0,26	94
4		266.289,71	192.927,06	73.362,65	215%	0,47	169
5		306.233,16	117.645,61	188.587,56	552%	0,18	65
		Taxa de Retorno Contábil =		Fluxo Caixa anual			
				Investimento			
		Payback =		Investimento			
				Fluxo Caixa anual			
		VPL =		$\frac{Fn}{(1+i)^n}$		- INV	

3.8.7.1– Valor Presente Líquido:

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

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

Os resultados da empresa objeto da análise demonstram que o valor das entradas se demonstraram sempre maior que o valor das saídas de caixa, ou seja, depois de devolver R\$ 34.160,00 de capital investido, o negócio conseguiu ainda restar em caixa em cinco anos de atividade um VPL de R\$302.871,20, demonstrando que o empreendimento é lucrativo.

$$\boxed{\text{VPL} = \text{R\$ } 302.871,20}$$

3.8.7.2– Taxa Interna de Retorno – TIR

A Taxa Interna de Retorno – TIR também conhecida como *Internal Rate of Return* (IRR) é a taxa que igual, em um único momento os fluxos de entrada e de saída de caixa, ou seja, produz um VPL igual a zero.

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

A Taxa de Retorno Interno da empresa em análise foi de 278%, demonstrando que este empreendimento é economicamente viável, pois tem um retorno bem acima do retorno do mercado que está previsto para de 20% ao ano.

$$\boxed{\text{TIR} = \text{R\$ } 278\%}$$

3.8.7.3– Período de Payback ou Tempo de Retorno de Investimento:

É o prazo de tempo no qual o investimento inicial será recuperado por meio dos fluxos de caixa positivos gerados pelo negócio

O tempo de retorno de investimento da empresa **TWEENS FASHION LTDA** é de apenas 01(um)ano de atividade, neste determinado período a empresa recupera seu investimento inicial, demonstrando a viabilidade econômica do negócio.

3.8.7.4– Ponto de Equilíbrio:

O Ponto de equilíbrio é uma ferramenta de grande utilidade para gestão de um empreendimento, pois através dele o gestor pode perceber o momento exato em que o negócio passa a dar lucro. MARTINS (2001), “O Ponto de Equilíbrio (Também denominado de Ponto de Ruptura - Break-even Point) nasce da conjugação dos custos totais com as receitas totais. Através da análise desta ferramenta, verificamos o momento em que a empresa equilibra as receitas com os custos e despesas. Vejamos abaixo os pontos de equilíbrio de cada produto da empresa.

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO: Camisa			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	62,51	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	6,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	776,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	56,49	
Ponto de Equilíbrio/Unid		13,86	
Ponto de Equilíbrio em und	782,85	=	14
	56,49		
Ponto de Equilíbrio em R\$	866,35		
CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO:Saia			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	70,49	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	14,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	836,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	56,47	
Ponto de Equilíbrio/Unid	R\$	15,07	
Ponto de Equilíbrio em und	850,85	=	15
	56,47		
Ponto de Equilíbrio em R\$	1.062,18		
CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO:Vestido			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	94,43	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	23,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	1.016,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	71,40	
Ponto de Equilíbrio/Unid	R\$	14,56	
Ponto de Equilíbrio em und	1.039,85	=	15
	71,40		
Ponto de Equilíbrio em R\$	1.375,16		

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO: Blusa			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	62,51	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	11,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	776,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	51,49	
Ponto de Equilíbrio/Unid		15,30	
Ponto de Equilíbrio em und	787,85	=	15
	51,49		
Ponto de Equilíbrio em R\$	956,55		
CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO: Bermuda			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	73,15	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	15,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	856,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	58,13	
Ponto de Equilíbrio/Unid		15	
Ponto de Equilíbrio em und	871,85	=	15
	58,13		
Ponto de Equilíbrio em R\$	1.097,21		
CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO: Calça			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	89,11	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	21,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	976,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	68,08	
Ponto de Equilíbrio/Unid		14,66	
Ponto de Equilíbrio em und	997,85	=	15
	68,08		
Ponto de Equilíbrio em R\$	1.306,00		

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO:Cinto			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	27,37	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	6,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	676,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	21,35	
Ponto de Equilíbrio/Unid		31,99	
Ponto de Equilíbrio em und	682,85	=	32
	21,35		
Ponto de Equilíbrio em R\$	875,56		
CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO:Bolsa			
Ponto de Equilíbrio =	Custos + Despesas Fixas		
	Margem de Contribuição Unitária		
Preço de Venda/Unid	R\$	37,55	
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$	11,03	
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$	776,82	
Margem de Contribuição Unitária	R\$	26,52	
Ponto de Equilíbrio/Unid		29,71	
Ponto de Equilíbrio em und	787,85	=	30
	26,52		
Ponto de Equilíbrio em R\$	1.115,34		

3.8.7.5– Margem de Contribuição

Margem de Contribuição é o valor que cada unidade vendida contribui para o resultado da empresa que somando ao valor total das unidades vendidas, será encontrada a margem de contribuição total, que comparando aos custos e despesas fixas chega-se ao lucro. Margem de Contribuição Unitária que segundo Martins (2001, p 195), é a diferença entre a receita e o custo variável de cada produto; é o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e lhe pode ser imputado sem erro.

Vejamos abaixo o valor que cada produto vendido contribuiu para o resultado da empresa.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
Camisa		
PREÇO DE VENDA	R\$ 62,51	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 11,03	17,64
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 51,49	82,36
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	19,96
LUCRO	R\$ 39,01	62,40

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
Blusa		
PREÇO DE VENDA	R\$ 62,51	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 11,03	17,64
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 51,49	82,36
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	19,96
LUCRO	R\$ 39,01	62,40

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
Bermuda		
PREÇO DE VENDA	R\$ 73,15	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 15,03	20,54
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 58,13	79,46
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	17,06
LUCRO	R\$ 45,65	62,40

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
Saias		
PREÇO DE VENDA	R\$ 70,49	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 14,03	19,90
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 56,47	80,10
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	17,70
LUCRO	R\$ 43,99	62,40

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
Vestidos		
PREÇO DE VENDA	R\$ 94,43	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 23,03	24,38
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 71,40	75,62
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	13,22
LUCRO	R\$ 58,92	62,40

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
Calças		
PREÇO DE VENDA	R\$ 89,11	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 21,03	23,59
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 68,08	76,41
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	14,01
LUCRO	R\$ 55,60	62,40

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
Cintos		
PREÇO DE VENDA	R\$ 27,37	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 6,03	22,01
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 21,35	77,99
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	45,59
LUCRO	R\$ 8,87	32,40
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
Bolsas		
PREÇO DE VENDA	R\$ 37,55	100,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 11,03	29,36
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 26,52	70,64
(-)DESPESAS GERAIS	R\$ 12,48	33,24
LUCRO	R\$ 14,04	37,40

CAPITULO IV

4.1 Considerações Gerais

O trabalho procurou ressaltar a viabilidade econômica de uma loja de revenda de confeções e acessórios infantis em uma área considerada estratégica, pois movimenta um bom fluxo de pessoas diariamente, em virtude de ser uma área eminentemente comercial.

Através do mesmo podemos por em prática muitos conhecimentos adquiridos até o momento de minha vivência nos curso de Bacharelado em Ciências Contábeis nesta Universidade. Além dos conhecimentos adquiridos nesta instituição, realizamos pesquisas em livros, internet, revistas e outros, com o intuito de elaboramos um bom trabalho. Porém dificuldades foram surgindo, mas serviram para que pudéssemos entender que qualquer profissional precisa conhecer assuntos diversos e conosco, profissionais de contabilidade, isso não é diferente, precisamos buscar mais e mais conhecimento para que possamos ser diferenciados.

O Contador deve estar sempre atualizado e buscando aprimorar seus conhecimentos. A grande prova disto foi que através deste trabalho ficou bem claro o papel fundamental de gerência de nós profissionais de Contabilidade na gestão de qualquer negócio.

CAPITULO V

5.1 BIBLIOGRAFIA

- BANGS JR., David H, Guia Prático – Planejamento de Negócios. São Paulo: Nobel 2000.
- CHIAVENATTO, Idalberto, Introdução à Teoria Geral da Administração. 6ª ed. São Paulo: Campus 2000.
- MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 8ª ed. São Paulo: Atlas 2001
- RIBEIRO, Osni Moura. Estrutura e Análise de Balanços. 6ª ed. São Paulo: Saraiva 1999
- MATARAZZO, Dante C. Análise Financeira de Balanços. 5ª ed. São Paulo: Atlas 1998
- FACHIN, Fundamentos de Metodologia. 3ª ed. São Paulo: Saraiva 2001.
- DA SILVA, Antonio Carlos Ribeiro. São Paulo: Atlas 2003.
- BANGS JR., David H, Guia Prático – Planejamento de Negócios. São Paulo: Nobel 2000.
- DIAS, Antonia Maria Batista de Souza. Estudo da Viabilidade Econômica e Financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém Sobre a Ótica do Plano de Negócios. 2003
- www.sebrae.org.br
- www.peritocontador.com.br