



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Rousy Vieira de Albuquerque

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas sob a ótica do plano de
negócio na Região Metropolitana de Belém

BELÉM – PA
JUNHO -2005



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
CURSO CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Rousy Vieira de Albuquerque

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas sob a ótica do plano de
negócio na Região Metropolitana de Belém

Trabalho apresentado para obtenção de avaliação da
disciplina Administração Financeira – 10º semestre

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

BELÉM - PA
JUNHO - 2005



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
CURSO CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Rousy Vieira de Albuquerque

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma Banca de Revistas sob a ótica do plano de
negócio na Região Metropolitana de Belém

Trabalho apresentado para obtenção de avaliação da
disciplina Administração Financeira – 10º semestre

Avaliado em : ____/____/____

Conceito: _____

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

BELÉM – PA
JUNHO - 2005

RESUMO

O trabalho a seguir reunirá informações úteis para o planejamento de novo empreendimento, no caso em particular o de uma banca de revistas, onde tais informações poderão auxiliar no entendimento da viabilidade econômica e financeira da micro-empresa em destaque neste trabalho.

Este ainda tem como objetivo fazer o empreendedor visualizar as possibilidades de sucesso do negócio sem criar fatores fantasiosos a respeito da realidade nacional no mercado cultural, buscar criar meios de desenvolver o empreendimento para que ele não seja mais um a sobreviver em pouco tempo, como revela estatísticas existentes a respeito e utilizar a ferramenta plano de negócio de forma planejada e analisada.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
CAPÍTULO I	
PROJETO DE PESQUISA	
1. Título do Estudo.....	7
1.1 – Objetivos do Estudo.....	7
1.1.1 – A importância do Estudo.....	7
1.1.2 – O que o discente se propõe a alcançar em seu estudo.....	7
1.1.3 – O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas.....	8
1.1.4 – Delimitação do Estudo.....	8
1.1.5 – Organização do Estudo.....	9
1.2 – Público Alvo.....	10
1.3 – Justificativa.....	10
1.4 – Metodologia de Estudo.....	10
CAPÍTULO II	
2. Planejamento.....	11
CAPÍTULO III	
3. – Plano de Negócios.....	12
3.1 – Conceito.....	12
3.2 – Funções.....	13
3.3 – Organização Estrutural.....	14
4. – PLANO FINANCEIRO	
4.1 – Investimento Inicial.....	15
4.2 – Projeção de Vendas.....	16
4.3 – Receitas.....	16
4.4 – Custos e Despesas.....	17
4.5 – Fluxo de Caixa.....	17
4.6 – Demonstrativo de Resultados/Lucratividade.....	18
4.7 – Ponto de Equilíbrio.....	19
4.8 – Valor Presente Líquido (VPL).....	19
4.9 – Taxa Interna de Retorno (TIR).....	20
4.10 – <i>Payback</i>	20
PLANO DE NEGÓCIO	
5. – Sumário Executivo.....	22
5.1 – Perfil do Negócio.....	22
5.1.1 – Aspectos Gerais.....	22
6. – DESCRIÇÃO DA EMPRESA	22
7. – PRODUTOS E SERVIÇOS	23
8. – ANÁLISE DO MERCADO	23
9. – PLANO DE MARKETING	23
10. – PLANO FINANCEIRO	24
10.1 – Investimento Inicial.....	24
10.2 – Balanço Patrimonial.....	25
10.3 – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE).....	25
10.4 – Ponto de Equilíbrio.....	26
CONCLUSÃO	27
BIBLIOGRAFIA	28
ANEXOS	

INTRODUÇÃO

Para montar uma empresa, antes de começar a colocar em prática os passos necessários para sua legalização, é preciso que o futuro empreendedor adquira uma quantidade de conhecimentos fundamentais como: conhecer o ramo de atividade onde vai atuar, o mercado, fazer um planejamento do que vai ser colocado em prática no novo negócio, estabelecer os objetivos que se pretende atingir, entre outros.

É nesse contexto que se encaixa o plano de negócios, o qual servirá de instrumento que pode indicar potencial de sucesso ou que o empreendimento é irreal. É um documento que contém a caracterização do negócio, suas estratégias, seu plano para conquistar mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros.

Foi escolhido, como objeto de estudo deste trabalho, uma banca de revista, onde no capítulo 1 contém o projeto de pesquisa que servirá de base para o desenvolvimento deste; no capítulo 2 é abordado sobre a necessidade de um bom planejamento e no capítulo 3 é enfatizado o plano de negócios com alguns métodos necessários para a elaboração do empreendimento assim como planilhas com informações de análise geral do negócio, como: Investimento Inicial, Folha do Produto, Quadro Estrutural de Custos, Rateio dos Custos Fixos, Margem de Contribuição, Preço de Venda, Balanço Patrimonial, Ponto de Equilíbrio, Demonstração do Resultado do Exercício, Fluxo de Caixa e Valor Presente Líquido juntamente com os cálculos da Taxa Interna de Retorno e *Payback*. Assim, pretende-se deixar clara e concisas as informações ao empreendedor para o planejamento e a execução de seu negócio.

CAPÍTULO I

PROJETO DE PESQUISA

1 – TÍTULO DO ESTUDO

Estudo da viabilidade econômico-financeira de uma banca de revista, sob a ótica do plano de negócios, na Região Metropolitana de Belém.

1.1- – OBJETIVOS DO ESTUDO

1.1.1 – A importância do Estudo

O plano de negócios funciona como parte fundamental no processo empreendedor. Através deste é possível verificar a viabilidade econômica do negócio e os pontos a serem observados atentamente pelo micro empresário, transformando-os em itens de superação e desafios. Mas os pontos negativos poderão ser mais facilmente evitados com a elaboração e execução de um plano de negócios bem estruturado e aplicado.

1.1.2 – O que o discente se propõe a alcançar em seu estudo

Demonstrar a importância do plano de negócios de forma a ser aplicado em um empreendimento de pequeno porte, sustentando a viabilidade econômica deste para que haja rentabilidade no ramo escolhido.

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

O objetivo primordial de uma iniciativa empreendedora é possuir uma rentabilidade eficiente e capaz de superar os riscos do mercado e a concorrência. Por este motivo, o planejamento de um plano de negócios contido neste, serve como instrumento de análise e também de informações para aqueles que possuem interesses diretos no empreendimento como acionistas, administradores e pessoas ligadas ao negócio.

1.1.4 – Delimitação do Estudo

O empreendedor deve absorver-se de informações iniciais necessárias para um bom desempenho de seu negócio, buscando esclarecimentos básicos e seguros evitando dessa forma o fracasso e a má gestão em sua iniciativa.

1.1.5 – Organização do Estudo

- a) capa;
- b) folha de rosto;
- c) termo de aprovação;
- d) resumo;
- e) sumário;
- f) conteúdo textual: introdução; planejamento e procedimentos metodológicos do estudo; fundamentação teórica; considerações finais e sugestões para pesquisas futuras.
- g) anexos
- h) bibliografia

1.2 – PÚBLICO ALVO

Composto de empreendedores e a todos a quem interessar sobre o assunto, a fim de adquirir êxito em seu negócio.

1.3– JUSTIFICATIVA

Este estudo nasce na intenção de informar ao empreendedor sobre o devido planejamento de um plano de negócios, pois a realidade econômica de nosso país, e também do mundo como um todo, exige que haja uma análise dos negócios, principalmente dos que irão iniciar.

A concorrência acirrada, o curto período de vida da maioria das microempresas brasileiras, a existência de monopólios em alguns setores e as recessões econômicas são alguns dos fatores que prejudicam a ascensão dos negócios. Por isso a relevância de um plano de negócios no sentido de um planejamento que possa tornar viável a realização do empreendimento evitando desperdiçar recursos.

1.4 – METODOLOGIA DE ESTUDO

O estudo está sendo executado abalizando-se em pesquisas bibliográficas, consultas em Internet acrescentado de material da disciplina Administração Financeira com a orientação do professor Héber Lavor Moreira.

CAPÍTULO II

5. PLANEJAMENTO

É fundamental um bom planejamento antes de abrir um negócio, para que este atinja êxito em suas atividades. Segundo pesquisa realizada pelo Sebrae¹, cerca de 71% das empresas fecham até o quinto ano de funcionamento e para que isso seja evitado o empreendedor deverá atentar para alguns pontos importantes como: definir o ramo de negócio (comércio, indústria, serviços), pesquisar o mercado avaliando as inovações no ramo, definir a localização do empreendimento, estudar os aspectos legais do ramo escolhido, elaborar um planejamento financeiro estimando capital inicial, fluxo de caixa, dentre outros fatores também relevantes para um bom desempenho da empresa.

É importante alertar o empreendedor em buscar informações, avalia-las e construir um planejamento adequado, pois o sucesso de seu negócio não dependerá, isoladamente, da quantidade de recursos financeiros prontos a sua aplicação e da boa disposição de seu gestor.

¹ Serviço de apoio as Micro e Pequenas Empresas

CAPÍTULO III

3. PLANO DE NEGÓCIOS

3.1 Conceito

No site do Sebrae² o conceito sobre plano de negócios dá uma visão geral de como se deve proceder, agindo de forma cautelosa e audaciosa na elaboração de um estudo sobre determinado empreendimento.

Plano de negócios é um instrumento de planejamento formalizado em papel que visa estruturar as principais concepções e alternativas para uma análise correta de viabilidade do negócio pretendido. Proporciona uma avaliação antes de colocar em prática a nova idéia, reduzindo assim, as possibilidades de se desperdiçarem recursos e esforços em negócio inviável.

Ao discorrer sobre plano de negócio pensa-se , primeiramente, em sua aplicação em um grande empreendimento onde seus gestores buscam tracejar estratégias e atuações almejando o crescimento da empresa. Porém, é válido destacar que as micro e pequenas empresas devem usar este recurso importante que é o plano de negócios, pois o mesmo serve para orientar e informar aos empreendedores sobre a viabilidade de investimento em seu próprio negócio, visualizando o retorno positivo de seu investimento ou a sua satisfação econômica.

No Brasil, nota-se uma grande criatividade empreendedora , mas ainda há um elevado índice de mortalidade das MPE³ ocasionado por uma falha nas tradições deste povo, diz DORNELAS (2002 p.93): é notória a falta de cultura de planejamento do brasileiro, que por outro lado é admirado por sua criatividade e persistência.

² conceito extraído do site www.sebrae.com.br

³ Micro e Pequenas Empresas

Este tipo de planejamento, sozinho, não é suficiente para que haja sucesso garantido e eficácia total do empreendimento, no entanto essa ferramenta torna-se fundamental no campo gerencial das empresas servindo de elo entre o racional projeto e a idealização de concretizar sonhos.

3.2 Funções

Em uma visão mais ampliada, o plano de negócios tem as seguintes funções:

- Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional;
- Fazer refletir sobre a realidade, as perspectivas e as estratégias da empresa observando o cenário externo;
- Avaliar a evolução do empreendimento ao longo de sua implantação: para cada um dos aspectos definidos no plano de negócio, o empreendedor poderá comparar o previsto com o realizado;
- Facilitar, ao empreendedor, a obtenção de capital de terceiros quando o seu capital próprio não é suficiente para cobrir os investimentos iniciais.

3.3 Organização Estrutural

A estrutura de um plano de negócios torna-se flexível devido as distinção e semelhanças de cada negócio. Dessa forma, torna-se complexo definir um modelo padrão de plano de negócios, aplicável a todos os tipos de iniciativas.

No entanto, ele deve ter um mínimo de divisões, organizadas de maneira a conservar uma seqüência lógica os quais facilitarão a compreensão do negócio a ser estudado e planejado. Sendo que cada uma dessas divisões deve possuir informações claras e objetivas sem perder o foco de entendimento do negócio.

Abaixo um modelo de estrutura⁴:

1. Capa
2. Sumário
3. Sumário Executivo
4. Análise Estratégica
5. Descrição da empresa
6. Produtos e Serviços
7. Plano Operacional
8. Plano de Recursos Humanos
9. Análise de Mercado
10. Estratégia de Marketing

4.1 Plano Financeiro

Neste item apresentam-se, em valores monetários, todos os recursos planejados para o negócio. O empreendedor deverá responder a alguns questionamentos como : Quanto será necessário para iniciar o negócio? Há recursos disponíveis para abrir o negócio? De onde virão os recursos para o crescimento do negócio? Qual o mínimo de vendas necessário para que o negócio seja viável? O volume de vendas que a empresa julga atingir torna o negócio atrativo? A lucratividade que a empresa obterá é atrativa?

4.2 Investimento Inicial

Investimento é qualquer aplicação de recursos financeiros em bens utilizados nas atividades empresariais por vários períodos.

Quanto ao investimento inicial, necessário para montar um determinado empreendimento, torna-se necessário definir, analisar e observar os vários aspectos que incidem diretamente sobre a atividade.

A estimativa do investimento inicial é composta por:

- a) Investimento fixo: todos os bens duráveis (máquinas, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, veículos e etc)
- b) Investimentos pré-operacionais: gastos com projetos de decoração, iluminação, pesquisa de mercado, despesa com taxa de registros, livros fiscais, contratos, pagamentos de aluguéis (antes da empresa entrar em operação).
- c) Capital de giro: são recursos necessários para financiar as operações da empresa (compras, vendas a prazo, giro de estoques, pagamentos de salários, impostos e outros custos e despesas).

⁴ Este modelo de estrutura encontra-se em DORNELAS, 2002 p.99

4.2 Projeção de Vendas

Estima-se o quanto a empresa pretende vender ao longo do tempo, levando-se em consideração a participação de mercado planejada. A demonstração das projeções deverá ser elaborada de acordo com a finalidade que esperar: se deseja um controle operacional diário, as projeções deverão se iniciar em períodos diários, passando a semanais, mensais e assim por diante; se deseja um controle estratégico de médio prazo, os períodos da demonstração poderão ser mensais, trimestrais e assim por diante; se espera um controle estratégico de longo prazo, os períodos da demonstração poderão ser anuais.

Para a projeção de vendas, o empreendedor não pode esquecer de considerar se os produtos/serviços estão sujeitos a oscilações sazonais.

4.3 Receitas

É o conjunto de recursos econômicos e financeiros da empresa provenientes das vendas dos produtos/serviços por ela fabricados ou realizados. Pelas receitas pode-se visualizar as vendas em valores monetários quando o empreendedor determinar uma projeção de vendas, e neste estudo, em particular, essa projeção é esperada em um horizonte de cinco anos.

4.4 Custos e Despesas

Custo é o gasto relativo a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens e serviços, isto é, o valor dos insumos usados na fabricação dos produtos da empresa. Há como exemplo: materiais, trabalho humano, energia elétrica, máquinas e equipamentos e outros. E despesas são os valores dos insumos não identificados com a produção e que são consumidos para o funcionamento da empresa, ou seja, referem-se às atividades não produtivas da empresa, geralmente separadas em administrativas, comerciais e financeiras. Portanto, as despesas são diferentes dos custos pelo fato de estarem relacionadas com a administração geral da empresa, ao passo que os custos estão ligados à produção.

4.5 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é um instrumento que tem como objetivo básico, a projeção das entradas (receitas) e saídas (custos, despesas e investimentos) de recursos financeiros por um determinado período de tempo. Com este instrumento, o empreendedor terá condições de identificar se haverá excedentes ou escassez de caixa durante o período em questão, de modo que este constitui uma importante ferramenta de apoio ao planejamento da empresa (especialmente na determinação de objetivos e estratégias). Provavelmente não haverá condições de executar-se um plano sem disponibilidade financeira para tal.

4.6 Demonstrativo de Resultados/ Lucratividade Prevista

Baseado na identificação valores relativos às entradas e saídas da empresa, o empreendedor poderá utilizara planilha “Demonstrativos de Resultados” para chegar à lucratividade de seu negócio.

A partir disso, terá condições de apurar informações cruciais como o retorno que terá sobre o capital investido na empresa e o prazo de retorno sobre o investimento inicial, tornando-se fundamental, pois, avalia o grau de atratividade da empresa.

Após reunir informações sobre as estimativas de faturamento e o total dos custos, sejam eles fixos ou variáveis, é possível prever o resultado da empresa verificando se ela possivelmente irá operar com lucro ou prejuízo.

Para calcular o percentual (%) de cada um dos itens que compõem o Demonstrativo de Resultados, deve-se dividi-lo pela Receita Total de Vendas multiplicando o resultado por 100. Como é visto no exemplo abaixo:

$$\text{Receita Total de Vendas (RTV)} = \$ 15.000,00$$

$$\text{Custos Variáveis Totais (CVT)} = \$ 4.500,00$$

$$\% \text{ dos CVT} = \frac{\$ \text{ CVT}}{\$ \text{ RTV}} \times 100$$

$$\% \text{ dos CVT} = \frac{\$ 4.500,00}{\$ 15.000,00} \times 100 = 30\%$$

Concluí-se que os Custos Variáveis Totais representam 30% da Receita Total com vendas.

4.7 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto a empresa precisa faturar ou quantas unidades de um determinado produto ou serviço precisam ser vendidas para pagar todos os seus custos em um determinado período.

O cálculo do ponto de equilíbrio ajuda o empreendedor a encontrar o nível de vendas em que a receita será igual a todas as saídas de caixa da empresa. Isto é importante porque indica qual o nível mínimo de vendas que a empresa deverá manter para que não opere com prejuízo.

4.8 Valor Presente Líquido (VPL)

O valor presente líquido (VPL) de um projeto de investimento é igual ao valor presente de suas entradas de caixa menos o valor presente de suas saídas de caixa. Para cálculo do valor presente das entradas e saídas de caixa é utilizada a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) com taxa de desconto. O VPL calculado para um projeto significa o somatório do valor presente das parcelas periódicas de lucro econômico gerado ao longo da vida útil desse projeto. O lucro econômico pode ser definido como a diferença entre a receita periódica e o custo operacional periódico acrescido do custo de oportunidade periódico do investimento.

A Fórmula Geral para o do cálculo do VPL é:

$$\text{VPL} = \left[\frac{F1}{(1+K)^1} + \frac{F2}{(1+k)^2} + \frac{F3}{(1+K)^3} + \dots + \frac{Fn}{(1+K)^n} \right] - \text{INV}$$

VPL : Valor Presente Líquido

F_n : Fluxo de Caixa após imposto no ano n

N : Vida do projeto em anos

K : Taxa de desconto (taxa de retorno exigida para o projeto)

INV : Investimento Inicial

4.9 Taxa Interna de Retorno (TIR)

A TIR é a taxa de juros que torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor presente das saídas de caixa do investimento. Isto quer dizer que a TIR é a taxa que “zera” o investimento do empreendimento. É uma taxa tal que se utilizada fará com que o lucro do seu projeto seja nulo ou $VPL = 0$.

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

4.10 Payback

Este método visa calcular o número de períodos ou quanto tempo o investidor irá precisar para recuperar o investimento realizado. Um investimento significa uma saída imediata de dinheiro. Em contrapartida espera-se receber fluxos de caixa que visem recuperar essa saída.

4.10.1 – Método de Cálculo do Payback

$$\text{Payback} = \frac{\text{Valor do Investimento}}{\text{Valor do Fluxo Periódico Esperado}}$$

4.10.2 - Quais os critérios de tomada de decisões?

- Se o Período de Payback for menor que o período definido como o máximo para projeto a se pagar deve-se aprovar o projeto.
- Se o Período de Payback for maior que o período definido como o máximo para o projeto a se pagar deve-se descartar o projeto.

Plano de Negócios

BANCA VIEIRA

5 - Sumário Executivo

Este plano de negócios tem a finalidade de auxiliar na escolha dos meios mais acessíveis de decisões a serem tomadas pelo empreendedor, apresentando idéias e opções para análises e deliberações quanto à viabilidade da empresa a ser criada.

É um ramo de atividade bastante promissor, onde tem a vantagem de oferecer um mix amplo de produtos, podendo comercializar ainda pequenos objetos como: cigarros, balas, cartões telefônicos e outros. E, principalmente, mantêm as pessoas bem informadas e satisfeitas em consumir algo que serve de entretenimento, pesquisa ou qualquer para outras finalidades.

5.1 - Perfil do Negócio

5.1.1 - Aspectos Gerais

Há duas maneiras de adentrar nesse ramo de negócio: comprar uma banca já montada ou entrar na disputa pela concessão de uma através de concorrência pública, editada pela Prefeitura. No último caso, a legislação privilegia idosos e aposentados com mais de 65 anos, mas para os que não estão dispostos a passar por uma concorrência podem optar por montar uma agência ou revistaria. A diferença básica entre uma banca e uma agência é o espaço físico e esta, geralmente se instala-se em uma loja dispondo de uma melhor estrutura para atender os clientes.

6 - Descrição da Empresa

A empresa objetiva oferecer diversos tipos de produtos na intenção de satisfazer as pessoas pretendendo consolidar uma clientela e também atrair novos, através da informação diária e periódica.

7 - Produtos e Serviços

Os produtos da Banca de Revista são jornais de circulação regional e outros de conteúdos diversos, revistas femininas, masculinas, infantis e outras de teor variado relativos a todo tipo de pessoa que procura uma banca de revista.

8 – Análise do Mercado

A maioria dos municípios brasileiros não conta com locais especializados para venda de jornais e revistas. Segundo estimativas do Sindicato dos Jornaleiros da Cidade de São Paulo há cerca de 30 mil pontos existentes espalhados por apenas mil cidades do país.

Contudo, ter um negócio como uma banca de revista pode ser uma interessante opção de investimento, já que atinge um público alvo variado, do infantil ao mais adulto e tendo como alguns fatores essenciais para o bom êxito do empreendimento: adequada localização da banca, uma grande variedade de produtos e um atendimento diferenciado e cortês.

9 - Plano de Marketing

Como os preços são todos iguais, pois já são definidos pelas editoras, a cortesia, a atenção, a variedade de publicações, a oferta de produtos e até mesmo a venda a crédito e entrega em domicílio são diferenciais a serem observados.

Pode ser feita a divulgação da banca, assim como seus serviços oferecidos, em anúncios ou panfletos, mas lembrando que o bom atendimento e a grande oferta de produtos são itens bastante importantes para a exposição do empreendimento.

10 – Plano Financeiro

O investimento inicial para o projeto de implantação do empreendimento Banca de Revista provém uma parte de recursos próprios e outra parte de capital de terceiros.

Na planilha, em anexo, estão relacionados os investimentos necessários para a implantação da banca, observando-se que uma parte considerável dos investimentos foi utilizada para a compra da banca, dos exemplares de revistas e outras exigências.

10.1 – Investimento Inicial

Neste item estão descritos os custos iniciais com a compra da banca, aquisição de revistas, legalização da banca e outros suprimentos necessários para sua instalação.

DESCRIÇÃO	QUANT.	VALOR
Investimento Inicial		R\$ 22.400,00
Capital Próprio		R\$ 10.000,00
Capital de Terceiros		R\$ 12.000,00
Banca de Revistas		R\$ 15.000,00
Painéis de plástico		R\$ 300,00
Grampos para segurar a exposição		R\$ 100,00
Despesas pré-operacionais		R\$ 500,00
Legalização da Banca		R\$ 500,00
Custo Variável		R\$ 5.242,88
Aquisição de Revistas	900	R\$ 5.242,88
Revistas Científicas	140	R\$ 884,63
Galileu	70	R\$ 417,38
Exame	70	R\$ 467,25
Revista Culinária	80	R\$ 174,00
Ana Maria	80	R\$ 174,00
Revistas de Fofoca	180	R\$ 796,50
Caras	90	R\$ 398,25
Contigo	90	R\$ 398,25
Revista Infantil	80	R\$ 537,00
Recreio	80	R\$ 537,00
Revistas Informativas	180	R\$ 958,50
Isto é	90	R\$ 465,75
Veja	90	R\$ 492,75
Revistas Masculinas	240	R\$ 1.892,25
Playboy	140	R\$ 1.149,75
Sexy	100	R\$ 742,50
Custos Fixas		R\$ 410,50
Água		R\$ 10,50
Energia Elétrica		R\$ 50,00
Telefone		R\$ 50,00
Salários		R\$ 300,00
Despesas Fixas		R\$ 20,00

10.2 - Balanço Patrimonial

No Balanço Patrimonial Inicial constam os valores de aquisição de exemplares de revistas caracterizada no Estoque, o capital próprio restante depositado em banco e ainda as Exigibilidades que serão completamente abatidas em um período de dois anos.

10.3

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
ATIVO		PASSIVO	
ATIVO CIRCULANTE	6.500,00	PASSIVO CIRCULANTE	12.000,00
Disponível	1.257,12	Fornecedores	12.000,00
Caixa	257,12		
Banco	1.000,00		
Estoque	5.242,88		
ATIVO PERMANENTE	15.900,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	10.400,00
Imobilizado	15.400,00	Capital Social	10.400,00
Imóvel-Banca de Revista	15.000,00		
Móveis e Utensílios	400,00		
Diferido	500,00		
Despesas de Organização	500,00		
TOTAL DO ATIVO	22.400,00	TOTAL DO PASSIVO	22.400,00

10.4 – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

Na elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício, projetado para os primeiro cinco anos de atividade da banca de revista, considerou-se um crescimento de 18% no volume de vendas por cada ano e também o IGPM – Índice Geral de Preços e Mercados, acumulado em 12% no primeiro ano de operação da empresa para corrigir custos e despesas variáveis do negócio.