



**Universidade Federal do Pará**

**Centro Sócio Econômico  
Departamento de Ciências Contábeis**

**Plano de Negócio  
Empresa SM Sena Ltda. – ME**

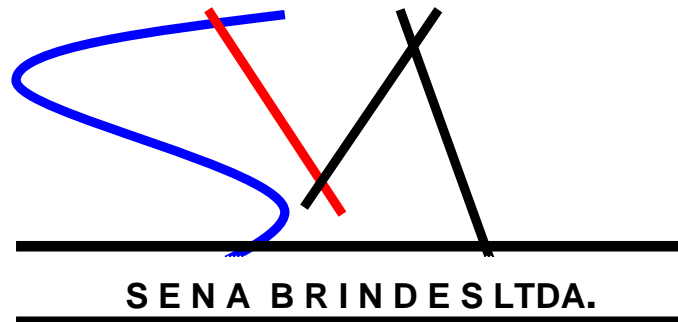
**Sandra Regina Pinto de Sousa  
Shirlene Machado Sena**

**Turma: Adfin N 030**

**Belém - PA  
2007**

## **Empresa SM Sena Ltda.- ME**

Av. Nazaré n° 233,  
Bairro Nazaré – Belém/PA  
(91) 3346-0011  
www.smsenabrindes.com.br



Sandra Regina Sousa,  
Rua Flores, 564  
Jardim – Belém/PA

Shirlene Sena,  
Rua Clara Machado, 8891  
Campina – Belém/PA

Este Plano de Negócios foi elaborado em janeiro de 2007  
por Sandra Sousa e Shirlene Sena

## Sumário

<b>Sumário Executivo .....</b>	<b>5</b>
<b>Descrição da Empresa .....</b>	<b>6</b>
1.1. Oportunidade Estratégica .....	8
1.2. Potencialidades da Empresa .....	8
1.3. Estratégias de Negócios .....	8
1.4. Recursos Necessários .....	9
1.5. Benefícios Esperados .....	9
1.6. Necessidades de Capital de Giro.....	10
1.7. Avaliação de Desempenho e Etapas Fundamentais.....	10
<b>2. Análise da Empresa .....</b>	<b>11</b>
2.1 Indicadores de Desempenho Financeiro .....	11
2.2 Produtos .....	11
2.3 Mercados .....	12
2.4 Clientes .....	12
2.5 Posição Tecnológica.....	12
2.6 Análise dos Custos .....	12
2.7 Recursos Operacionais.....	13
2.8 Pontos Fortes e Fracos.....	13
2.9 Chaves para o Sucesso.....	13
2.10 Posição Competitiva .....	13
<b>3. Fatores Importantes do Empreendimento .....</b>	<b>14</b>
3.1 Fatores chaves para o crescimento .....	14
3.2 Influências Cíclicas .....	14
3.3 Sazonalidades .....	14
3.4 Tendências Operacionais Financeiras.....	14
<b>4. Análise do Mercado .....</b>	<b>15</b>
4.1 Alcance e distribuição do mercado. ....	15
4.2 Segmentação de Mercado .....	15
4.3 Mudanças e tendências da demanda do mercado .....	15
4.4 Principais clientes e Concentração da fatia de vendas .....	15
4.5 Tendência de Preços .....	15
4.6 Promoção e Propaganda .....	16
Os principais Competidores.....	16
4.7 Participação no mercado .....	16
<b>5. Planejamento Estratégico .....</b>	<b>16</b>
5.1 Análise no momento estratégico.....	16
5.2 Análise estratégica .....	17

5.3 Oportunidade de mercado .....	17
5.4 Análise de Riscos .....	17
5.5 Definição da vocação da empresa, objetivos, inspeção .....	17
<b>ANEXOS .....</b>	<b>18</b>
1 – ANEXO: LISTA DE NECESSIDADES .....	18
2 – ANEXO: BALANÇO DE ABERTURA.....	23
3 – ANEXO: QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS .....	24
4 – Anexo: CUSTO POR UNIDADE COMERCIALIZADA.....	27
5 – ANEXO: PROJEÇÃO DE PREÇOS DE VENDA .....	32
6 – ANEXO: PONTO DE EQUILÍBRIO .....	37
7 – ANEXO: CUSTEIO DIRETO VARIÁVEL .....	39
8 – ANEXO: PROJEÇÃO DA DRE ANUAL .....	43
9 – ANEXO: PROJEÇÃO DO BALANÇO PATRIMONIAL ANUAL.....	44
10 – ANEXO: PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA MENSAL .....	46
11 – ANEXO: PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA ANUAL.....	47
12 – ANEXO: VALOR PRESENTE LÍQUIDO .....	48

## **Sumário Executivo**

SM Sena LTDA. – ME será uma empresa fornecedora de brindes empresariais elementos auxiliares para a divulgação, fixação de marcas e um atrativo de clientes potenciais para estas empresas preocupadas em ter um diferencial na disputa por mercado consumidor. A empresa estará localizada em Belém, no bairro – Nazaré em uma posição estratégica dentro do centro comercial da região Norte visando estabelecer relações comerciais no centro prioritariamente e na expandir para região metropolitana. Pois o capital investido inicialmente é suficiente para a implantação do projeto sem a necessidade de capital de terceiros como empréstimos para garantir a manutenção dos negócios baseando-nos em uma previsão de retorno do capital investido em menos de um ano.

## **Descrição da Empresa**

A SM Sena Ltda. – Me será uma empresa com o objetivo primordial de oferecer para as demais empresas um elemento peculiar a cada uma destas que facilite a consolidação e o desenvolvimento de suas relações comerciais destacando-as diante a concorrência. Desta forma esperamos em dois anos conquistar e formar novos mercados consumidores aumentando o nosso volume de negócios em 15% ao ano e o volume de negócios de nossos clientes.

As atividades desenvolvidas pela empresa inicialmente serão de compra de produtos personalizados conforme a necessidade do cliente para revenda, logo teremos os custos diretos de aquisição de mercadoria e frete, fornecendo inicialmente para o mercado sete produtos: agenda, bolsa, boné, chaveiro, caneta, camisa com preços acessivos, pois os nossos fornecedores serão da região norte evitando custos dispendiosos com fretes de regiões como sul e sudeste que influenciariam diretamente nos custos dos nossos produtos.

Com preços acessíveis e equiparados aos das regiões sul e sudeste nossos clientes terão como vantagem um prazo de entrega menor, além dos preços. Pois nossa rotina de comercialização está pautada principalmente em grande volume de venda e entrega rápida uma vez que trabalhamos conforme o montante de encomendas sem precisar manter produtos estocados.

Cientes da necessidade de divulgação de nossas atividades optamos inicialmente pelos seguintes veículos de comunicação – site (divulgação, vendas e cotação), anúncios em classificados e panfletagens. Além da divulgação ofereceremos a possibilidade de orçamentos e vendas pelo nosso site dando aos nossos clientes comodidade em suas compras e/ou pesquisa de preços e principalmente orçamentos e condições de pagamento que priorizam nossos clientes visando conquistar o mercado de microempresas e empresas informais, uma vez que o mercado informal concentra a grande parte do comércio da nossa região de atuação.

Estrutura formal da empresa: razão social será SM Sena Ltda.-EPP, nome fantasia SM Sena Brindes Ltda., tratando-se de uma microempresa, aréa de 40m<sup>2</sup>, situada no bairro de Nazaré com, Rua Av. Nazaré n° 233, telefone ((91) 3346-0011,

[www.smsenabrindes.com.br](http://www.smsenabrindes.com.br), composta pelas sócias – Sandra Sousa e Shirlene Sena, Capital Social de R\$ 70.000,00 (sessenta e cinco mil reais), para cada uma com quota de participação 50%, pro-labore 5%, dividendos 25%.

## Prospecto Elucidativo

### **1.1. OPORTUNIDADE ESTRATÉGICA**

O negócio visa atender as empresas que desejam manter sua boa imagem no mercado, através de uma divulgação e conquista de clientes a um custo pequeno para atividades comerciais, presenteando com os nossos produtos seus funcionários ou aos seus clientes e fornecedores. Preservando seu nome e divulgando a qualidade de seu atendimento no mercado potencializando suas relações comerciais. Nesse contexto nosso empreendimento objetiva oportunizar para o atendimento dessas empresas nossos produtos como elementos influentes em suas negociações instigando o aumento de seus negócios realizados tanto com seus fornecedores quanto com seus clientes, ou seja, suas relações comerciais se tornaram otimizadas dando bons resultados para ambos.

### **1.2. POTENCIALIDADES DA EMPRESA**

O Empreendimento tem como pontos fortes um mercado potencial para comercialização destes produtos, uma vez que visa atender uma parcela significativa do mercado como as empresas informais além das demais empresas, as quais, buscam divulgação de suas marcas e otimização de seus negócios com uma relação custo/benefício favorável para o investimento.

### **1.3. ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS**

Nosso negócio terá como principais estratégias:

- a) atender os pedidos das empresas com custo mínimo para nossa empresa, uma vez que a mercadoria será adquirida na região logo o valor do frete será menor;



- b) os preços competitivos – considerando os custos menores nossos preços poderão ter flexibilidade durante a negociação com o cliente;
- c) os prazos de entrega menor que os concorrentes;
- d) as formas de recebimento bem flexíveis - visando atender as empresas com pequena disponibilidade para investir em sua divulgação e aumentar o volume de seus negócios;
- e) as formas de pagamento personalizadas – para que o cliente possa aumentar a quantidade comprada, considerando que neste ramo quanto maior for a quantidade adquirida menor será o preço por unidade,
- f) site da empresa - divulgação, orçamento e vendas on line facilitando o acesso dos clientes.

#### **1.4. RECURSOS NECESSÁRIOS**

Os recursos necessários para o empreendimento serão inicialmente A partir de nossas necessidades primordiais como: pessoal, material de escritório, móveis, equipamentos de informática para a operação da empresa inicialmente precisaremos de R\$ 32.684,06 imprescindíveis para constituição e início das atividades da empresa e compensatórios a curto e médio prazos. Nossa lista de necessidades você pode consultar em nossos anexos deste plano de negócios.

Em nossa lista de necessidades priorizamos por adquirir computadores com capacidade superior a nossa necessidade inicial visando no futuro termos condições de implantar algumas mudanças caso necessárias sem termos que dispor de mais capital para isso.

#### **1.5. BENEFÍCIOS ESPERADOS**

Como benefícios esperamos mediante os resultados de nossas planilhas:

- a) o retorno de nosso capital investido em um ano aproximadamente,

- b) o aumento de nossa clientela na região como a manutenção da fidelidade de nossos clientes,
- c) atuar em novos nichos de mercado,
- d) aumentar a variedade de nossos produtos.

### **1.6. NECESSIDADES DE CAPITAL DE GIRO**

O capital integralizado fará jus necessidades primordiais na constituição da empresa e manutenção de suas atividades, porem deve-se deixar uma reserva em caixa para casos eventuais, assim como se deve orçar tais gastos, frente aos seus financiamentos para que não venha a ter problema de liquidez.

### **1.7. AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E ETAPAS FUNDAMENTAIS**

O desempenho do negócio será refletido no bom aproveitamento do mercado, na organização na logística de fornecimento do produto e pronto atendimento ao cliente. Tendo assim, o negócio cumprido as etapas fundamentais para a avaliação do desempenho, tais como:

- Área de atuação, com boa visibilidade;
- Layout, integrando as atividades da empresa e tornando o fornecimento satisfatório;
- Conhecimento do Mercado de atuação;
- Capital disponível para atender eventuais sazonalidades na demanda.
- Certeza do melhor fornecedor, aliado ao prazo de pagamento.
- Certeza na qualidade do produto frente aos concorrentes
- Boa equipe técnica

E por fim, relaciona produtos e clientes com objetivo de deixar claro para consumidor suas vantagens e benefícios.

## 2. Análise da Empresa

### 2.1 INDICADORES DE DESEMPENHO FINANCEIRO

A empresa tem adotado ótimo sistema de custo, através de uma análise minuciosa quanto a esses gastos e grande aceitação do produto, deixando claro a satisfação dos clientes com relação a qualidade do produtos oferecidos e rapidez no atendimento. Assim como a margem de lucro frente a suas vendas.

### 2.2 PRODUTOS

Os produtos (agendas, bonés, bolsas, camisetas, etc) visam atender a necessidades dos clientes quanto ao cuidado com sua marcar e divulgação de seus produtos/serviços. Que pode ser divulgada através de um oferecimento de brindes padronizados (marcar, telefone e endereço da empresa) para amigos, terceiros ou mesmo presenteando funcionários em datas comemorativas, e assim expandindo seu nome ao um custo barato no mercado.

#### Agenda:

Formato: 15 x 20 cm, 304 páginas, 1(um) dia por página (exceto, Sábado, Domingo e feriado), Calendário 2007 e 2008, Tabela de DD's e DDI, Tabela de calorias, índice telefônico.

#### Boné:

tecido brim com ajuste elástico.

#### Bolsa:

material sintético, tam 0,30 x 0,50 cm.

#### Chaveiro:

Tamanho 5,5 cm, material plástico e metal.

#### Camisa:

malha de algodão, com transfer (personalizado).

#### Caneta:

plástica com detalhes em metal e retrátil.

### **2.3 MERCADOS**

O Negócio ver grandes oportunidades, uma vez que, tal empreendimento apresenta vantagens para seus clientes, reduzindo para os mesmos seus custos para divulgação de seus produtos ou serviço, através brindes personalizados. Logo tem grande chance de ganhar mercados frente à concorrência que já atua no ramo.

### **2.4 CLIENTES**

Tem como publico alvo atender primeiramente os grupos empresarias, que demandam grandes quantidades de produtos, possibilitando ao negocio uma venda capaz de gerar lucros em contrapartida as despesas totais para atividade operacional da empresa. Para posteriormente atender as pequenas e medias empresas com pequenas quantidades.

### **2.5 POSIÇÃO TECNOLÓGICA**

A empresa conta com computadores e sistema de comunicação moderno, e suficientes para atender as necessidades operacionais da mesma, que contribuíram para a velocidade na transmissão da informação com clientes e fornecedores.

### **2.6 ANÁLISE DOS CUSTOS**

Os custos inerentes à atividade operacional da empresa apresentaram-se de maneira favorável, não onerando os lucros com as vendas dos produtos prontos. Sendo esses reduzidos, uma vez que a empresa compra produtos prontos para repassar aos clientes, logo os custos existentes serão apenas os variáveis e fixos necessários para a negociação dos produtos.

## **2.7 RECURSOS OPERACIONAIS**

A empresa dispõe de ótimos equipamentos, máquinas, móveis, para comodidade de nossos clientes, na hora do atendimento até a entrega do produto. Assim como, instalações adequadas e de acordo com a necessidade dos clientes (atendimento pessoal, telefone ou on line). Tendo então barganha para competir no mercado com ótimo plano de marketing e comercialização futuramente.

## **2.8 PONTOS FORTES E FRACOS**

A empresa se encontra pronta para disputar seu espaço no mercado, com excelente localização, layout bem organizado, bom nível de estoque, fornecedor definido e garantido. Público alvo com alto poder aquisitivo, no entanto precisa-se expandir mais no mercado, ganhar mais clientes e garantindo exclusividade no fornecimento dos produtos.

## **2.9 CHAVES PARA O SUCESSO**

Apresentar boa estrutura operacional, localização estratégica, pessoal qualificado, estoque suficiente para atender pedidos eventuais, eficientes sistema de comunicação, flexibilidade e rapidez no atendimento, fornecedor fiel e qualidade no produto oferecido no mercado, assim como, a definição quanto ao seu clientes em relação a aceitação dos mesmos.

## **2.10 POSIÇÃO COMPETITIVA**

A empresa buscar atender o mais rápido possível o atendimento de pedidos de seus clientes, reduzindo o preço em função da quantidade. Oferecendo produto de longa duração e ótima qualidade, que além de presentear o funcionário da empresa compradora, servira para divulgação de sua marca. Produto ou serviço a um custo inferior ao de mercado.

### **3. Fatores Importantes do Empreendimento**

#### ***3.1 FATORES CHAVES PARA O CRESCIMENTO***

A empresa conta com uma ótima localização, bom espaço físico, custo baixos, boa administração e estoque disponível para atender eventuais pedidos.

#### ***3.2 INFLUÊNCIAS CÍCLICAS***

A necessidade de honrar com compromissos assumidos, aluguel, telefone, salários dos funcionários, necessidade de um bom atendimento em resposta a credibilidade do cliente.

#### ***3.3 SAZONALIDADES***

A empresa tem que estar preparada para eventuais sazonalidades que venham ocorrer com as vendas, seja no aumento de suas demandas ou diminuição. Através de planos de política de vendas (**promoção, descontos, frete grátis e etc**)

#### ***3.4 TENDÊNCIAS OPERACIONAIS FINANCEIRAS***

A empresa buscar retorno o mais breve possível para cobrir seus gastos investidos no empreendimento, buscando o maior lucro com suas vendas em grande quantidade.

## **4. Análise do Mercado**

### **4.1 ALCANCE E DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO.**

A empresa visa atender ao grupo empresarial com máxima eficiência no atendimento e no fornecimento dos produtos oferecidos, primeiramente na região metropolitanas para mais tarde se estende rumo outras regiões.

### **4.2 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO**

### **4.3 MUDANÇAS E TENDÊNCIAS DA DEMANDA DO MERCADO**

A empresa visa atender uma quantidade ainda maior de clientes, aumentando seu numero de funcionários e adquirindo maquinas para personalização de seus produtos ao gosto de seus clientes.

### **4.4 PRINCIPAIS CLIENTES E CONCENTRAÇÃO DA FATIA DE VENDAS**

### **4.5 TENDÊNCIA DE PREÇOS**

Tal empreendimento visa competir com as demais empresas que fornecem os mesmos produtos, através de preços versus quantidade demandada do produto. Sendo que tais preços foram definidos a partir da contabilização de seus custos e da margem de lucro desejada pela empresa (administração).

## **4.6 PROMOÇÃO E PROPAGANDA**

A empresa investira em propaganda mediante distribuição de folder, divulgação de site, principalmente em datas comemorativas, assim como também deixando sua marca nos produtos oferecidos para divulgação dos mesmos.

### ***OS PRINCIPAIS COMPETIDORES***

A empresa investira em propaganda mediante distribuição de folder, divulgação de site, principalmente em datas comemorativas, assim como também deixando sua marca nos produtos oferecidos para divulgação dos mesmos.

## **4.7 PARTICIPAÇÃO NO MERCADO**

A empresa deve ter um campo de atuação bem definido e um sentido de orientação de crescimento. Surgindo a necessidade de sempre inovar, estando atento às novas mudanças e exigências. O mercado cada vez mais competitivo exige mudanças estratégicas e inovadoras para os produtos, excelente qualidade e, acima de tudo, preços acessíveis. Assim sempre será aceito no mercado podendo competir com alto poder de barganha.

## **5. Planejamento Estratégico**

### ***5.1 ANÁLISE NO MOMENTO ESTRATÉGICO***

A empresa se constituiu no mês de novembro, próximo ao natal, logo terá de correr para divulgação de seu produto, o qual deverá ser oferecido ao preço de mercado ou abaixo para ganhar clientes e sua credibilidade, garantindo assim a uma próxima venda.



## **5.2 ANÁLISE ESTRATÉGICA**

A empresa buscar vender seu estoque inicial, visando com isso a suprir seus gastos e compra novos produtos para da continuidade ao empreendimento.

## **5.3 OPORTUNIDADE DE MERCADO**

A grande demanda de procura deste tipo de produto e grande e buscar rapidez e preço e eficiência na hora de presentear seus funcionários e terceiros. Tal cenário favorecer tal empreendimento.

## **5.4 ANÁLISE DE RISCOS**

Tal negócio pode correr risco tais como:

Não obter a demanda esperada, para venda do estoque adquirido;

Do produto não ser diferenciado dos demais e etc.

## **5.5 DEFINIÇÃO DA VOCAÇÃO DA EMPRESA, OBJETIVOS, INSPEÇÃO**

A empresa é definida como fornecedoras de brindes empresarias (caneta, bolsas), para qualquer evento que por ventura vejam a ocorrer. Tem como objetivo atender as empresas com grandes números de brindes ao um custo mínimo, uma que tal mercadoria.

# ANEXOS

---

## **1 – ANEXO: LISTA DE NECESSIDADES**

### **LISTA DE NECESSIDADES**

<b>Capital Social</b>			<b>70.000,00</b>
Socia Sandra Regina			35.000,00
Socia Shirlene Sena			35.000,00

<b>Itens</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Vi. Unit.</b>	<b>Tota</b>
<b>1.</b>	<b>CONSTITUIÇÃO</b>			<b>981,56</b>
1.1	Registro na JUCEPA			200,00
1.2	Registro na SEFA			41,56
1.3	Registro na SEFIM			40,00
1.4	Alvara de funcionamento			150,00
1.5	Blocos de notas fiscais( tx. Sefin e Grafica)	5	30,00	150,00
1.6	Cartório (constituição social)			400,00
<b>2</b>	<b>MATERIAS DE EXPEDIENTE</b>			<b>411,50</b>
2.1	Canetas	3	1,50	4,50
2.2	Grampos (caixa 1000 und)	1	1,50	1,50
2.3	Grampeadores	2	20,00	40,00
2.4	Furador	2	15,00	30,00
2.5	Corretivos	1	2,00	2,00
2.6	Pastas Arquivo	12	4,00	48,00
2.7	Carimbos	6	16,00	96,00
2.8	Cartuchos para impressora preto	1	79,00	79,00
2.9	Cartuchos para impressora colorido	1	85,00	85,00
2.10	Papel A4 (resma)	2	11,00	22,00
2.11	Cliper (caixa)	2	1,75	3,50
<b>3</b>	<b>MATERIAL DE COPA COZINHA</b>			<b>100,20</b>
3.1	Café	4	2,00	8,00
3.2	Açúcar	3	1,60	4,80
3.3	Água (20 litros)	4	3,50	14,00
3.4	Copo descartáveis (cento)	6	1,40	8,40
3.5	Garrafa térmica	1	15,00	15,00
3.6	Cafeteira	1	50,00	50,00
<b>4</b>	<b>MATERIAL DE LIMPEZA E HIGIENIZAÇÃO</b>			<b>49,80</b>
4.1	Lixeiras	3	7,00	21,00
4.2	Detergentes	1	3,00	3,00
4.3	Sabonete liquido	1	6,00	6,00
4.4	Porta Toalha	1	7,00	7,00
4.5	Papel higiênico	8	1,60	12,80



Itens	Descrição	Qtd.	Vi. Unit.	Tota
5	<b>MÃO-DE-OBRA</b>			<b>630,00</b>
5.1	Auxiliar Administrativos	1	450,00	450,00
5.2	Diária de aux. de limpeza	6	30,00	180,00
6	<b>IMOBILIARIO</b>			<b>1.640,00</b>
6.1	Mesas de escritório	3	190,00	570,00
6.2	Cadeiras secretária	6	65,00	390,00
6.3	Armários para escritório	1	400,00	400,00
6.4	Arquivo de aço	1	280,00	280,00
7	<b>MATERIAL DE PROCESSAMENTO DE DADOS E MÁQUINAS</b>			<b>9.500,00</b>
7.1	Software's			1.500,00
7.2	Impressora laser colorida	1		800,00
7.3	Computadores (video, cpu, teclado, gravadora de cd /	1	2.800,00	2.800,00
7.4	Computadores (video, cpu, teclado, gravadora de cd /	2	1.500,00	3.000,00
7.5	No break	3	300,00	900,00
7.6	Scanner	1	500,00	500,00
8	<b>APARELHOS PARA COMUNICAÇÃO</b>			<b>350,00</b>
8.1	Telefone	2	50,00	100,00
8.2	Aparelho de Fax	1	250,00	250,00
9	<b>DESPESAS</b>			<b>1.950,00</b>
9.1	Água	Mês		50,00
9.2	Energia	Mês		250,00
9.3	Telefone e internet	Mês		400,00
9.4	Aluguel	Mês		600,00
9.5	Site (mensal)	Mês		350,00
9.6	Classificado			100,00
9.7	Panfletagem (folder e mão-de-obra)			200,00
10	<b>OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS</b>			<b>794,85</b>
10.1	Inss			90,00
10.2	Fgts			38,25
10.3	Pis			4,50
10.4	Férias			150,00
10.5	13º Salário			450,00
10.6	Vale transporte			<b>62,10</b>
12	<b>APARELHOS DE REFRIGERAÇÃO</b>			<b>1.400,00</b>
12.1	Condicionadores de ar	2	550,00	1.100,00
12.2	Bebedoro	1	300,00	300,00
<b>Itens</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Vi. Unit.</b>	<b>Tota</b>
13	<b>ESTOQUE INICIAL P/ FORNECIMENTO</b>			<b>4.685,00</b>
13.1	Agendas	250	6,00	1.500,00
13.2	Bolsas	200	2,50	500,00
13.3	Bones	300	3,00	900,00



**2 – ANEXO: BALANÇO DE ABERTURA****S.M. Sena Ltda. ME****ANO 2006****BALANÇO DE ABERTURA**

<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
<b><u>CIRCULANTE</u></b>	<u>9.602,91</u>		
Caixa	3.936,35		
Estoques	4.685,00		
Despesas pré-operacionais	981,56		
<b><u>PERMANENTE</u></b>	<u>12.890,00</u>	<b><u>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</u></b>	<u>22.492,91</u>
<b><u>Imobilizado</u></b>	<u>11.390,00</u>	<b><u>Capital Social</u></b>	<u>70.000,00</u>
Móveis e Utensílios	1.640,00	<b><u>Integralizado</u></b>	<u>22.492,91</u>
Máquinas e Equipamentos	8.000,00	Socia 1	11.246,46
Aparelho de Refrigeração	1.400,00	Socia 2	11.246,46
Sistema de Comunicação	350,00	<b><u>A integralizar</u></b>	<u>47.507,09</u>
<b><u>Diferido</u></b>	<u>1.500,00</u>	Socia 1	23.753,55
Software	1.500,00	Socia 2	23.753,55
<b>TOTAL</b>	<b>22.492,91</b>	<b>TOTAL</b>	<b>22.492,91</b>

## 3 – ANEXO: QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS

**QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTO**

C U S T O S V A R I Á V E I	<b>PRODUTO: Agendas</b>				
	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT. PRODUTO</b>	<b>TOTAL</b>
	Agenda simples	UNID	250	6,00	1.500,00
	Frete	UNID	250	0,30	75,00
	<b>TOTAL</b>			<b>6,30</b>	<b>1.575,00</b>
	<b>PRODUTO: Bolsa</b>				
	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT. PRODUTO</b>	<b>TOTAL</b>
	Bolsa	UNID	200	2,50	500,00
	Frete	UNID	200	0,13	26,00
	<b>TOTAL</b>			<b>2,63</b>	<b>526,00</b>
<b>PRODUTO: Boné</b>					
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT. PRODUTO</b>	<b>TOTAL</b>	
Boné	UNID	300	3,00	900,00	
Frete	UNID	300	0,18	54,00	
<b>TOTAL</b>			<b>3,18</b>	<b>954,00</b>	
<b>PRODUTO: Camiseta</b>					
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT. PRODUTO</b>	<b>TOTAL</b>	
Camiseta	UNID	150	5,50	825,00	
Frete	UNID	150	0,28	42,00	
<b>TOTAL</b>			<b>5,78</b>	<b>867,00</b>	
<b>PRODUTO: Caneta</b>					
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT. PRODUTO</b>	<b>TOTAL</b>	
Canetas	UNID	1000	0,45	450,00	
Frete	UNID	1000	0,10	100,00	
<b>TOTAL</b>			<b>0,55</b>	<b>550,00</b>	
<b>PRODUTO: Chaveiro</b>					
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT. PRODUTO</b>	<b>TOTAL</b>	
Chaveiro	UNID	850	0,60	510,00	



**CRETÉRIOS DE DISTRIBUIÇÃO DOS CUSTO FIXOS****CUSTOS  
TOTAIS****280,00**

CUSTOS FIXOS POR PRODUTO		%
Agendas	88,07	31%
Bolsas	29,41	11%
Bones	53,34	19%
Camisetas	48,48	17%
caneta	30,75	11%
chaveiro	29,94	11%
TOTAL DE UND		100%

PRODUTOS	5.007,50	%
Agendas	1575,00	31,45
Bolsas	526,00	10,50
Bones	954,00	19,05
Camisetas	867,00	17,31
caneta	550,00	10,98
chaveiro	535,50	10,69
TOTAL	5.007,50	100,00

30%	<b>Aluguel 600,00</b>
180,00	

ENERGIA ELÉTRICA	
40% DE 250,00	<b>100,00</b>

Agendas	56,62
Bolsas	18,91
Bones	34,29
Camisetas	31,17
caneta	19,77
chaveiro	19,25
TOTAL	180,00

Agendas	31,45
Bolsas	10,50
Bones	19,05
Camisetas	17,31
caneta	10,98
chaveiro	10,69
TOTAL	100,01



## **4 – Anexo: CUSTO POR UNIDADE COMERCIALIZADA**

## FOLHA DO PRODUTO

PRODUTO: Agendas				
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.
V A R I Á V E	Agenda simples	UNID	1	6,00
	Frete	UNID	1	0,30
	<b>TOTAL</b>			<b>6,30</b>
F I X O S	Energia			0,126
	Aluguel			-
	<b>TOTAL</b>			<b>0,126</b>
<b>CUSTO TOTAL DO PRODUTO</b>				<b>6,43</b>

PRODUTO: Bolsa				
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.
V A R I Á V E	Bolsa	UNID	1	2,50
	Frete	UNID	1	0,13
	<b>TOTAL</b>			<b>2,63</b>
F I X O S	Energia			0,053
	Aluguel			-
	<b>TOTAL</b>			<b>0,053</b>
<b>CUSTO TOTAL DO PRODUTO</b>				<b>2,68</b>

PRODUTO: Boné				
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.
V A R I Á V E	Boné (mat. Prima)	UNID	1	3,00
	Frete	UNID	1	0,18
<b>TOTAL</b>				<b>3,18</b>



PRODUTO: Camiseta				
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.
V A R I A V E I S	Camiseta (mat. Prima)	UNID	1	5,50
	Frete	UNID	1	0,28
	<b>TOTAL</b>			<b>5,78</b>
F I X O S	Energia			0,115
	Aluguel			-
	<b>TOTAL</b>			<b>0,115</b>
<b>CUSTO TOTAL DO PRODUTO</b>				<b>5,90</b>

PRODUTO: Caneta				
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.
V A R I A V E I S	Canetas ,	UNID	1	0,45
	Frete	UNID	1	0,10
	<b>TOTAL</b>			<b>0,55</b>
F I X O	Energia			0,011
	Aluguel			-
	<b>TOTAL</b>			<b>0,011</b>
<b>CUSTO TOTAL DO PRODUTO</b>				<b>0,56</b>

PRODUTO: Chaveiro				
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.
V A R I A V E I S	Chaveiro	UNID	1	0,60
	Frete	UNID	1	0,03
	<b>TOTAL</b>			<b>0,63</b>



## **5 – ANEXO: PROJEÇÃO DE PREÇOS DE VENDA**



## PREÇOS DE VENDA DOS PRODUTOS

### AGENDA

PRODUTO	CUSTO TOTAL	PREÇO DE VENDA
AGENDA	6,43	14,94

TESTE		
ITENS	%	VALOR
CUSTO TOTAL		6,43
ICMS	17%	2,54
Marg. de lucro	40%	5,98
<b>PÇ. DE VENDA</b>	<b>57%</b>	<b>14,94</b>

### BOLSA

PRODUTO	CUSTO TOTAL	PREÇO DE VENDA
BOLSA	2,68	6,24

TESTE		
ITENS	%	VALOR
CUSTO TOTAL		2,68
ICMS	17%	1,06
Marg. de lucro	40%	2,50
<b>PÇ. DE VENDA</b>	<b>57%</b>	<b>6,24</b>

### BONÉ

PRODUTO	CUSTO TOTAL	PREÇO DE VENDA
BONÉ	3,24	6,12

TESTE		
ITENS	%	VALOR



**CAMISETA**

<b>PRODUTO</b>	<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>PREÇO DE VENDA</b>
CAMISETA	5,90	12,28

<b>TESTE</b>		
<b>ITENS</b>	<b>%</b>	<b>VALOR</b>
CUSTO TOTAL		<b>5,90</b>
ICMS	17%	2,09
Marg. de lucro	35%	4,30
<b>PÇ. DE VENDA</b>	<b>52%</b>	<b>12,28</b>

**CANETA**

<b>PRODUTO</b>	<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>PREÇO DE VENDA</b>
CANETA	0,56	1,40

<b>TESTE</b>		
<b>ITENS</b>	<b>%</b>	<b>VALOR</b>
CUSTO TOTAL		<b>0,56</b>
ICMS	17%	0,24
Marg.de lucro	43%	0,60
<b>PÇ. DE VENDA</b>	<b>60%</b>	<b>1,40</b>

**CHAVEIRO**

<b>PRODUTO</b>	<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>PREÇO DE VENDA</b>
CHAVEIRO	0,64	1,49

<b>TESTE</b>		
<b>ITENS</b>	<b>%</b>	<b>VALOR</b>
CUSTO TOTAL		<b>0,64</b>
ICMS	17%	0,25



## 6- ANEXO:PONTO DE EQUILÍBRIO

### CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO

$$PE = \frac{\text{CUSTO FIXO} + \text{DESP. FIXAS}}{\text{MARGEM DE CONT. UNITÁRIA}}$$

DESPESAS FIXAS 1 MÊS	VALOR
ENERGIA	60% 150,00
ÁGUA	100% 50,00
TELEFONE	100% 400,00
SITE	100% 350,00
ALUGUEL	70% 420,00
MÃO-DE-OBRA	100% 1.244,85
DEPRECIÇÃO	100% 94,92
Amortização	100% 12,50
<b>TOTAL</b>	<b>2.709,77</b>

AGENDA	
PREÇO DE VENDA UNITÁRIO	14,94
CUSTOS + DESPESAS VARIÁVEIS UNID.	6,30
CUSTOS + DESPESAS FIXAS/MÊS	4.284,77
MG DE CONTRIBUIÇÃO UNIT.	8,64
PONTO DE EQUILÍBRIO	495,71
PE EM UNIDADE	
PE =	$\frac{4.284,77}{8,64}$ 495,71
PE EM R\$	
PV UNIT. X CUSTO PE =	7.407,72
<b>TESTANDO PE</b>	
PÇ. DE VENDA	7.407,72
CV	3.122,95
CUSTO FIXO	4.284,77
CUSTO TOTAL	7.407,72
LUCRO	0,00

### PONTO DE EQUILÍBRIO

BONÉ	
PREÇO DE VENDA UNITÁRIO	6,12
CUSTOS + DESPESAS VARIÁVEIS UNID	3,18
CUSTOS + DESPESAS FIXAS/MÊS	3.663,77
MG DE CONTRIBUIÇÃO UNIT.	2,94
PONTO DE EQUILÍBRIO	1246,26
PE EM UNIDADE	
PE =	$\frac{3663,766667}{2,94}$ 1246,26
PE EM R\$	
PV UNIT. X CUSTO PE =	7.626,86
<b>TESTANDO PE</b>	
PÇ. DE VENDA	7.626,86
CV	3.963,09
CUSTO FIXO	3.663,77
CUSTO TOTAL	7.626,86
LUCRO	-

BOLSA		
PREÇO DE VENDA UNITÁRIO		6,24
CUSTOS + DESPESAS VARIÁVEIS UNID.		2,63
CUSTOS + DESPESAS FIXAS/MÊS	3.235,77	
MG DE CONTRIBUIÇÃO UNIT.		3,61
PONTO DE EQUILÍBRIO		896,73
PE EM UNIDADE		
PE =	$\frac{3.235,77}{3,61}$	896,73
PE EM R\$		
PV UNIT. X CUSTO PE =		5594,157
TESTANDO PE		
PÇ. VENDA	5.594,16	
CV	2.358,39	
CUSTOS FIXOS	3.235,77	
CUSTO TOTAL	5.594,16	
LUCRO	0,000	

CANETA		
PREÇO DE VENDA UNITÁRIO		1,40
CUSTOS + DESPESAS VARIÁVEIS UNID.		0,55
CUSTOS + DESPESAS FIXAS/MÊS	3.259,77	
MG DE CONTRIBUIÇÃO UNIT.		0,85
PONTO DE EQUILÍBRIO		3.823,96
PE EM UNIDADE		
PE =	$\frac{3.259,77}{0,85}$	3.823,96
PE EM R\$		
PV UNIT. X CUSTO PE =		5.362,94
TESTANDO PE		
PÇ DE VENDA	5.362,94	
CV	2.103,18	
CUSTOS FIXOS	3.259,77	
CUSTO TOTAL	5.362,94	
LUCRO	-	

CAMISETA		
PREÇO DE VENDA UNITÁRIO		12,28
CUSTOS + DESPESAS VARIÁVEIS UNID		5,78
CUSTOS + DESPESAS FIXAS/MÊS	2.989,77	
MG DE CONTRIBUIÇÃO UNIT.		6,50
PONTO DE EQUILÍBRIO		459,81
PE EM UNIDADE		
PE =	$\frac{2.989,77}{6,50}$	459,81
PE EM R\$		
PV UNIT. X CUSTO PE =		5.647,48
TESTANDO PE		
PÇ. DE VENDA	5.647,48	
CV	2.657,72	
CUSTOS FIXOS	2.989,77	
CU TOTAL	5.647,48	
LUCRO	-	

CHAVEIRO		
PREÇO DE VENDA UNITÁRIO		1,49
CUSTOS + DESPESAS VARIÁVEIS UNID		0,63
CUSTOS + DESPESAS FIXAS/MÊS	3.245,27	
MG DE CONTRIBUIÇÃO UNIT.		0,86
PONTO DE EQUILÍBRIO		3.754,47
PE EM UNIDADE		
PE =	$\frac{3.245,27}{0,86}$	3.754,47
PE EM R\$		
PV UNIT. X CUSTO PE =		5.610,58
TESTANDO PE		
PÇ DE VENDA	5.610,58	
CV	2.365,31	
CUSTOS FIXOS	3.245,27	
CUSTO TOTAL	5.610,58	
LUCRO	-	

## 7 – ANEXO: CUSTEIO DIRETO VARIÁVEL

<b>DEMONSTRAÇÃO DO CUSTEIO DIRETO VARIÁVEL</b>					
<b>PRODUTO: Agendas</b>					
<b>CUSTOS</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT.</b>	
VARIABLES	Agenda simples	UNID	250	6,00	
	Frete	UNID	250	0,30	
	<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>6,30</b>	
<b>TOTAL DE VENDAS</b>					
<b>TOTAL DO CUSTO DIRETO VARIÁVEIS</b>					
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL</b>					
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>					
FIXOS	Energia				
	Aluguel				
	<b>TOTAL</b>				
<b>LUCRO</b>				<b>8,52</b>	

<b>PRODUTO: Bolsa</b>					
<b>CUSTOS</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>VL. UNIT.</b>	
VARIABLES	Bolsa	UNID	200	2,50	
	Frete	UNID	200	0,13	
	<b>TOTAL</b>			<b>2,63</b>	
<b>TOTAL DE VENDAS</b>			<b>350</b>		
<b>TOTAL DO CUSTO DIRETO VARIÁVEIS</b>					
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL</b>					
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>					
FIXOS	Energia				
	Aluguel				
	<b>TOTAL</b>				<b>0,05</b>
<b>LUCRO</b>				<b>3,56</b>	

<b>PRODUTO: Boné</b>					
<b>CUSTOS</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UNID</b>	<b>QUANT.</b>	<b>UNIT.PROD</b>	
VARIABLES	Boné (mat. Prima)	UNID	300	3,00	
	Frete	UNID	300	0,18	
	<b>TOTAL</b>			<b>3,18</b>	
<b>TOTAL DE VENDAS</b>			<b>450</b>		
<b>TOTAL DO CUSTO DIRETO VARIÁVEIS</b>					
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL</b>					
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>					
FIXOS	Energia				
	Aluguel				
	<b>TOTAL</b>				<b>0,06</b>
<b>LUCRO</b>				<b>2,88</b>	





PRODUTO: Camiseta					
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.	TOTAL
VARIABLES	Camiseta	UNID	150	5,50	825,00
	Frete	UNID	150	0,28	42,00
	<b>TOTAL</b>			<b>5,78</b>	<b>867,00</b>
TOTAL DE VENDAS			150		<b>1.842,32</b>
TOTAL DO CUSTO DIRETO VARIÁVEIS					<b>867,00</b>
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL					<b>975,32</b>
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA					<b>6,50</b>
FIXOS	Energia				17,31
	Aluguel				-
	<b>TOTAL</b>			<b>0,12</b>	<b>17,31</b>
<b>LUCRO</b>				<b>6,39</b>	<b>958,01</b>

PRODUTO: Caneta					
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.	TOTAL
VARIÁVEIS	Canetas	UNID	1000	0,45	450,00
	Frete	UNID	1000	0,10	100,00
	<b>TOTAL</b>			<b>0,55</b>	<b>550,00</b>
TOTAL DE VENDAS			1000		<b>1.402,46</b>
TOTAL DO CUSTO DIRETO VARIÁVEIS					<b>550,00</b>
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL					<b>852,46</b>
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA					<b>0,85</b>
FIXOS	Energia				10,984
	Aluguel				-
	<b>TOTAL</b>			<b>0,011</b>	<b>10,984</b>
<b>LUCRO</b>				<b>0,84</b>	<b>841,48</b>

PRODUTO: Chaveiro					
CUSTOS	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	VL. UNIT.	TOTAL
VARIABLES	Chaveiro	UNID	850	0,60	510,00
	Frete	UNID	850	0,03	25,50
	<b>TOTAL</b>			<b>0,63</b>	<b>535,50</b>
TOTAL DE VENDAS			850		<b>1.270,22</b>
TOTAL DO CUSTO DIRETO VARIÁVEIS					<b>535,50</b>
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL					<b>734,72</b>
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA					<b>0,86</b>
FIXOS	Energia				10,69
	Aluguel				-
	<b>TOTAL</b>			<b>0,01</b>	<b>10,69</b>
<b>LUCRO</b>				<b>0,85</b>	<b>724,02</b>



## 8 – ANEXO: PROJEÇÃO DA DRE ANUAL

<b>DEMONSTRAÇÕES DE RESULTADO DO EXERCÍCIO</b>					
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>VENDAS</b>	<b>140.797,61</b>	<b>161.917,25</b>	<b>186.204,84</b>	<b>214.135,56</b>	<b>246.255,90</b>
( - ) ICMS	22.976,02	26.422,42	30.385,78	34.943,65	40.185,19
( - ) PIS	2.323,16	2.671,63	3.072,38	3.533,24	4.063,22
( - ) COFINS	4.223,93	4.857,52	5.586,15	6.424,07	7.387,68
<b>( = ) VENDAS LÍQUIDAS</b>	<b>111.274,50</b>	<b>135.494,83</b>	<b>152.746,68</b>	<b>175.658,68</b>	<b>202.007,48</b>
<b>( - ) C M V</b>	<b>62.583,64</b>	<b>71.971,19</b>	<b>82.766,86</b>	<b>95.181,89</b>	<b>109.459,18</b>
<b>( = ) Lucro Bruto</b>	<b>48.690,87</b>	<b>63.523,65</b>	<b>69.979,81</b>	<b>80.476,79</b>	<b>92.548,30</b>
<b>( - ) Despesas Operacionais</b>	<b>28.308,98</b>	<b>32.555,33</b>	<b>37.438,63</b>	<b>43.054,43</b>	<b>49.512,59</b>
Aluguel	5.217,23	5.999,81	6.899,78	7.934,75	9.124,96
Energia	1.863,30	2.142,79	2.464,21	2.833,84	3.258,91
Pessoal	8.533,05	9.813,01	11.284,96	12.977,70	14.924,36
Site	4.347,69	4.999,84	5.749,82	6.612,29	7.604,13
Telefone	4.968,79	5.714,11	6.571,22	7.556,90	8.690,44
Mat. Expediente	237,48	273,10	314,06	361,17	415,35
Mat. limpeza/higiene	175,00	201,25	231,44	266,15	306,08
Copa/cozinha	131,14	150,82	173,44	199,45	229,37
Depreciação Acumulada	1.179,05	1.355,91	1.559,30	1.793,19	2.062,17
Panfletagem	1.656,26	1.904,70	2.190,41	2.518,97	2.896,81
<b>( = ) Resultado Antes CSLL</b>	<b>20.381,88</b>	<b>30.968,31</b>	<b>32.541,18</b>	<b>37.422,36</b>	<b>43.035,71</b>
( - ) Provisão CSLL	1.834,37	2.787,15	2.928,71	3.368,01	3.873,21
<b>( = ) Resultado antes do IR</b>	<b>18.547,51</b>	<b>28.181,17</b>	<b>29.612,48</b>	<b>34.054,35</b>	<b>39.162,50</b>
( - ) Provisão para IR	2.782,13	4.227,17	4.441,87	5.108,15	5.874,37
<b>( = ) Resultado líq.do Exerc.</b>	<b>15.765,38</b>	<b>23.953,99</b>	<b>25.170,60</b>	<b>28.946,20</b>	<b>33.288,12</b>

**9- ANEXO: PROJEÇÃO DO BALANÇO PATRIMONIAL ANUAL**

<b>BALANÇO PATRIMONIAL</b>					
<b>ATIVO</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>76.553,39</b>	<b>81.566,99</b>	<b>97.905,14</b>	<b>116.534,83</b>	<b>134.015,05</b>
Disponível	76.553,39	81.566,99	97.905,14	116.534,83	134.015,05
Caixa	76.553,39	81.566,99	97.905,14	116.534,83	134.015,05
Despesa Antecipada	434,77	499,98	574,98	661,23	760,41
<b>PERMANENTE</b>	<b>12.008,94</b>	<b>20.279,69</b>	<b>19.218,54</b>	<b>18.157,40</b>	<b>17.096,25</b>
<b>Imobilizado</b>	<b>10.611,47</b>	<b>10.611,47</b>	<b>10.611,47</b>	<b>10.611,47</b>	<b>10.611,47</b>
Móveis e Utensílios	1.697,67	1.697,67	1.697,67	1.697,67	1.697,67
Máquinas e Equipamentos	8.281,31	8.281,31	8.281,31	8.281,31	8.281,31
Aparelho de Refrigeração	1.449,23	1.449,23	1.449,23	1.449,23	1.449,23
Sistema de Comunicação	362,31	362,31	362,31	362,31	362,31
Depreciação Acumulada	(1.179,05)	(2.122,29)	(3.183,44)	(4.244,59)	(5.305,73)
<b>DIFERIDO</b>	<b>1.397,47</b>	<b>1.428,53</b>	<b>1.437,45</b>	<b>1.416,92</b>	<b>1.357,88</b>
Software	1.552,75	1.785,66	2.053,51	2.361,53	2.715,76
Amortização	(155,27)	(357,13)	(616,05)	(944,61)	(1.357,88)
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>88.562,33</b>	<b>101.846,68</b>	<b>117.123,68</b>	<b>134.692,23</b>	<b>151.111,31</b>

<b>PASSIVO</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>49.519,82</b>	<b>56.947,80</b>	<b>65.489,96</b>	<b>75.313,46</b>	<b>86.610,48</b>
Energia a Pagar	155,27	178,57	205,35	236,15	271,58
Água a Pagar	51,76	59,52	68,45	78,72	90,53
Telefone a Pagar	414,07	476,18	547,60	629,74	724,20
Site a Pagar	362,31	416,65	479,15	551,02	633,68
Fretes a Pagar	828,13	952,35	1.095,20	1.259,48	1.448,41
ICMS a Recolher	22.976,02	26.422,42	30.385,78	34.943,65	40.185,19
PIS a Recolher	2.323,16	2.671,63	3.072,38	3.533,24	4.063,22
COFINS a Recolher	4.223,93	4.857,52	5.586,15	6.424,07	7.387,68
Provisao IR	2.782,13	3.199,45	3.679,36	4.231,27	4.865,96
Provisao CSLL	1.834,37	2.109,52	2.425,95	2.789,85	3.208,32
Salários a pagar	2.872,28	3.303,13	3.798,60	4.368,38	5.023,64
Encargos Socias	10.696,40	12.300,86	14.145,99	16.267,89	18.708,07
Aluguel a Pagar	434,77	499,98	574,98	661,23	760,41
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>39.049,24</b>	<b>44.906,62</b>	<b>51.642,61</b>	<b>59.389,01</b>	<b>68.297,36</b>
Capital Integralizado	23.283,85	26.776,43	30.792,89	35.411,83	40.723,60
Lucros ou Prej. Acumulados	15.765,38	18.130,19	20.849,72	23.977,18	27.573,76
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>88.569,06</b>	<b>101.854,42</b>	<b>117.132,58</b>	<b>134.702,47</b>	<b>154.907,84</b>

## 10 – ANEXO: PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA MENSAL

FLUXO DE CAIXA													
PERÍODO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
Projeção de Vendas	0	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	110%
Caixa Inicial		4.484,77	8.419,84	13.162,82	18.816,45	25.494,83	33.324,64	42.446,42	53.016,03	65.206,28	79.208,63	95.235,17	
Recebimentos	11.334,57	12.468,02	13.714,82	15.086,31	16.594,94	18.254,43	20.079,87	22.087,86	24.296,65	26.726,31	29.398,94	32.338,84	242.381,56
<b>Saldo de Caixa</b>	<b>4.484,77</b>	<b>8.419,84</b>	<b>13.162,82</b>	<b>18.816,45</b>	<b>25.494,83</b>	<b>33.324,64</b>	<b>42.446,42</b>	<b>53.016,03</b>	<b>65.206,28</b>	<b>79.208,63</b>	<b>95.235,17</b>	<b>113.520,75</b>	
<b>Custos Variáveis</b>	<b>0%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>55%</b>
Agenda	1.606,45	1.686,78	1.771,11	1.859,67	1.952,65	2.050,29	2.152,80	2.260,44	2.373,46	2.492,14	2.616,74	2.747,58	25.570,11
Bolsa	536,50	563,33	591,50	621,07	652,12	684,73	718,97	754,92	792,66	832,29	873,91	917,60	8.539,61
Bonê	973,05	973,05	1.021,70	1.072,79	1.126,43	1.182,75	1.241,89	1.303,98	1.369,18	1.437,64	1.509,52	1.585,00	2.965,83
Camiseta	884,31	928,53	974,96	1.023,70	1.074,89	1.128,63	1.185,07	1.244,32	1.306,53	1.371,86	1.440,45	1.512,48	11.505,44
Caneta	560,98	589,03	618,48	649,41	681,88	715,97	751,77	789,36	828,83	870,27	913,78	959,47	8.929,25
Chaveiro	476,84	500,68	525,71	552,00	579,60	608,58	639,01	670,96	704,50	739,73	776,72	815,55	7.589,86
Água	51,76	54,35	57,06	59,92	62,91	66,06	69,36	72,83	76,47	80,29	84,31	88,52	823,84
Aluguel	186,33	195,65	205,43	215,70	226,48	237,81	249,70	262,18	275,29	289,06	303,51	318,69	2.965,83
Energia	155,27	163,04	171,19	179,75	188,74	198,17	208,08	218,49	229,41	240,88	252,93	265,57	2.471,53
ICMS	1.914,67	2.010,40	2.110,92	2.216,47	2.327,29	2.443,66	2.565,84	2.694,13	2.828,84	2.970,28	3.118,79	3.274,73	30.476,01
IR	231,84	243,44	255,61	268,39	281,81	295,90	310,69	326,23	342,54	359,67	377,65	396,53	3.690,29
Frete	828,13	869,54	913,01	958,67	1.006,60	1.056,93	1.109,78	1.165,26	1.223,53	1.284,70	1.348,94	1.416,39	13.181,47
<b>TOTAL</b>	<b>8.406,15</b>	<b>8.777,80</b>	<b>9.216,69</b>	<b>9.677,53</b>	<b>10.161,40</b>	<b>10.669,47</b>	<b>11.202,95</b>	<b>11.763,09</b>	<b>12.351,25</b>	<b>12.968,81</b>	<b>13.617,25</b>	<b>14.298,11</b>	<b>118.709,06</b>
<b>DESPESAS FIXAS</b>													
Enc. Sociais	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	244,85	2.938,20
Mão-de-obra	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00
Mat. Copa e cozinha	35,20	36,96	38,81	40,75	42,79	44,93	47,17	49,53	52,01	54,61	57,34	60,20	560,28
Mat.Higiênico	28,80	30,24	31,75	33,34	35,01	36,76	38,59	40,52	42,55	44,68	46,91	49,26	458,41
Material de exp.	197,50	207,38	217,74	228,63	240,06	252,07	264,67	277,90	291,80	306,39	321,71	337,79	3.143,63
Parfiteagem	200,00	210,00	220,50	231,53	243,10	255,26	268,02	281,42	295,49	310,27	325,78	342,07	3.183,43
Telefone	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.556,35</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>244,85</b>	<b>8.898,48</b>

## 11 – ANEXO: PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA ANUAL

FLUXO DE CAIXA					
PERIODO	ANO 2006	2007	2008	2009	2010
<b>Projeção de Vendas</b>		<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>20%</b>
Caixa Inicial		103.188,55	118.953,14	151.697,68	204.699,93
Recebimentos	242.381,56	161.917,25	186.204,84	214.135,56	246.255,90
<b>ENTRADAS</b>	<b>242.381,56</b>	<b>265.105,80</b>	<b>305.157,98</b>	<b>365.833,24</b>	<b>450.955,83</b>
<b>SAIDAS</b>	<b>139.193,01</b>	<b>146.152,66</b>	<b>153.460,30</b>	<b>161.133,31</b>	<b>169.189,98</b>
<b>Saldo de Caixa</b>	<b>103.188,55</b>	<b>118.953,14</b>	<b>151.697,68</b>	<b>204.699,93</b>	<b>281.765,86</b>
<b>Custos Variáveis</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>
Agenda	25.570,11	26.848,62	28.191,05	29.600,60	31.080,63
Bolsa	8.539,61	8.966,59	9.414,92	9.885,66	10.379,94
Boné	2.965,83	3.114,12	3.269,83	3.433,32	3.604,99
Camiseta	11.505,44	12.080,71	12.684,74	13.318,98	13.984,93
Caneta	8.929,25	9.375,71	9.844,49	10.336,72	10.853,55
Chaveiro	7.589,86	7.969,35	8.367,82	8.786,21	9.225,52
Água	823,84	865,03	908,29	953,70	1.001,38
Aluguel	2.965,83	3.114,12	3.269,83	3.433,32	3.604,99
Energia	2.471,53	2.595,10	2.724,86	2.861,10	3.004,15
ICMS	30.476,01	31.999,81	33.599,80	35.279,79	37.043,78
IR	3.690,29	3.874,80	4.068,54	4.271,97	4.485,57
Frete	13.181,47	13.840,54	14.532,57	15.259,20	16.022,16
<b>TOTAL</b>	<b>118.709,06</b>	<b>124.644,51</b>	<b>130.876,74</b>	<b>137.420,57</b>	<b>144.291,60</b>
<b>DESPESAS FIXAS</b>					
Enc. Sociais	2.938,20	3.085,11	3.239,37	3.401,33	3.571,40
Mão-de-obra	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
Mat. Copa e cozinha	560,28	588,30	617,71	648,60	681,03
Mat. Higiênico	458,41	481,33	505,40	530,67	557,20
Material de exp.	3.143,63	3.300,81	3.465,85	3.639,15	3.821,10
Panfletagem	3.183,43	3.342,60	3.509,73	3.685,21	3.869,47
Telefone	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
<b>TOTAL</b>	<b>20.483,95</b>	<b>21.508,15</b>	<b>22.583,56</b>	<b>23.712,74</b>	<b>24.898,37</b>

**12 – ANEXO: VALOR PRESENTE LÍQUIDO****VALOR PRESENTE LÍQUIDO**

ANOS	INVESTIMENTO	ENTRADA DE CAIXA	SAÍDA DE CAIXA	FLUXO DE CAIXA	TAXA DE RETORNO/ANO	PAYBACK EM ANOS	DIAS
	<b>65.000,00</b>			<b>-65.000,00</b>			
2006		242.381,56	139.193,01	103.188,55	159%	0,63	<b>227</b>
2007		161.917,25	146.152,66	15.764,59	24%	4,12	<b>1.484</b>
2008		186.204,84	153.460,30	32.744,54	50%	1,99	<b>715</b>
2009		214.135,56	161.133,31	53.002,25	82%	1,23	<b>441</b>
2010		246.255,90	169.189,98	77.065,92	119%	0,84	<b>304</b>

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

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

$$\text{VPL} = \frac{\text{Fn}}{(1+i)^n} - \text{INV}$$

VPL = Valor Presente Líquido

Fn = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

$$\text{VPL} = \text{R\$ 89.515,87}$$

$$\text{TIR} = 101\%$$