

ARTIGO ORIGINAL

ELABORAÇÃO DE PLANO FINANCEIRO PARA VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA PADARIA NA MERCEARIA SÃO CRISTOVÃO

Adriano Pereira Neves¹

Faculdade Espírito-santense - FAESA, Vitória/ES- Brasil

Aloisio Calve²

Faculdade Espírito-santense - FAESA, Vitória/ES- Brasil

Resumo – Elaboração de plano financeiro para viabilidade de implantação de uma padaria na mercearia São Cristovão. O setor da panificação está entre as atividades mais exploradas pelos micro empresários capixabas, é um mercado em expansão e de muitas oportunidades, atraindo muitos empreendedores. Calcular custos e riscos é importante na hora de investir. Com a finalidade de apurar se é viável investir na implantação de uma padaria na Mercearia São Cristovão foi realizado este estudo, para calcular o valor do investimento e determinar o tempo de retorno deste investimento, fez-se a análise econômica / financeira para uma micro empresa ampliar o seu negócio, com a abertura de uma padaria dentro do seu estabelecimento, que atualmente é uma mercearia, localizada no quilometro 56 da rodovia BR 262, em Marechal Floriano - ES. De acordo com a metodologia adotada, foram realizadas pesquisas de campo na empresa e junto aos seus fornecedores, de mercadorias e equipamentos e também foram feitas pesquisas bibliográficas sobre o tema. O estudo apresenta um investimento inicial de R\$ 30.000,00 e o retorno do investimento em 14 meses, os indicadores de viabilidade calculados apontam que o investimento é viável.

Palavras-chave: Empreendedorismo, investimento, planejamento, resultado.

Abstract – Financial Plan development for feasibility of implementation of a bakery in the grocery Saint Kitts. The bakery sector is among the most exploited activities by micro entrepreneurs Espírito Santo, it is a booming market and many opportunities, attracting many entrepreneurs. Calculate costs and risks is important when investing. In order to determine whether it is feasible to invest in the deployment of a bakery in the grocery Sao Cristovao was conducted this study to calculate the value of the investment and determine the payback time of the investment, there was the economic / financial analysis for a micro business expand its business by opening a bakery within your establishment, which is currently a grocery store, located at km 56 of the BR 262 highway, in Marechal Floriano - ES. According to the methodology, it was carried out field research in the company and with its suppliers of goods and equipment and were also made bibliographic research on the topic. The study presents an initial investment of R \$ 30,000.00 and the return on investment in 14 months, feasibility indicators calculated show that the investment is viable.

Keywords: Entrepreneurship, investment, planning, result.

¹ Graduando em Administração - Faculdade Espírito-santense - FAESA

² Mestre em Administração - Faculdade Espírito-santense - FAESA

1 INTRODUÇÃO

É fato que no mercado brasileiro atual predominam as micro e pequenas empresas e no Espírito Santo não é diferente. Os empreendedores estão sempre atentos às oportunidades de negócios que o mercado oferece. É um setor que em 2010 teve um crescimento de 13,7% e que arrecada 32 milhões de reais por mês, de acordo com pesquisa do IEL-ES para o Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria do Espírito Santo (SINDIPAES, 2012) atrai os olhares de qualquer empreendedor. Este setor é o da panificação, formado principalmente por pequenas padarias onde o carro chefe é o pão francês, ou pão de sal, como é mais conhecido no Estado. Além destes números, a lucratividade e a oportunidade de locais pouco explorados nas regiões do interior do Estado do Espírito Santo também chamam a atenção dos empreendedores. “O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades” (CHIAVENATO, 2008, p. 7).

Aproximadamente 63,2 mil panificadoras compõem o mercado da panificação no Brasil, destas 60 mil são micro e pequenas empresas. O setor gera mais de 700 mil empregos diretos, sendo que 127 mil empresários comandam esse mercado no País. Setenta e seis por cento dos brasileiros consomem pão no café da manhã e 98% da população são consumidores de produtos panificados, cita o estudo do SEBRAE (2012), que informa ainda que dos pães consumidos no Brasil, 86% são artesanais, correspondendo 52% ao pão francês.

Atualmente entre os maiores segmentos industriais do Brasil, o ramo de panificação “é a sétima atividade mais desenvolvida pelas micro e pequenas empresas no comércio do Estado do Espírito Santo. Segundo o superintendente do Sebrae no estado, José Eugênio Vieira, a instituição já atende a cerca de 240 das 2000 padarias capixabas, com estimativa de dobrar esse número no próximo ano” (SEBRAE NACIONAL, 2012).

O consumidor está se tornando cada vez mais exigente e ele tem o direito de levar para casa produtos de qualidade. O mercado se transforma e fica mais competitivo, para acompanhar este ritmo e se destacar ante os concorrentes é necessário investir, principalmente para garantir a qualidade e atender a demanda do mercado.

Hoje é comum que médios supermercados tenham sua própria padaria, nada mais natural que micro e pequenas empresas do ramo também sigam este caminho, em especial em localidades onde não existam padarias propriamente ditas. Esta diversificação de produtos atrai o consumidor pela comodidade de encontrar tudo que precisa num único lugar, neste caso, o atrativo é o pão de sal, o que é um motivo para o cliente ir às compras com maior frequência.

Esse fato aumenta o movimento do comércio, uma vez que o cliente passa a ir um maior número de vezes ao estabelecimento. Assim, de acordo com Bernardi (2011, p.122) a diversificação de produtos é uma estratégia voltada ao crescimento da empresa, requer poucas adaptações e pequenos investimentos, podendo assim desenvolver novos mercados, atender necessidades diferenciadas e oferecer variedade de produtos.

Para a maioria dos empreendedores, construir um plano financeiro é uma das partes mais difíceis na hora de pensar em um investimento (BERNARDI, 2011,p.122). Para um empreendimento ser bem sucedido, ele deve ser bem planejado, e um dos principais motivos de falências de micro e pequenas empresas é justamente a falta de planejamento. Mesmo o setor da panificação, sendo um mercado rentável, precisa-se calcular custos e tempo de retorno do capital investido.

O estudo foi realizado para que possam ser atendidas as necessidades da Mercearia São Cristovão. A empresa fica situada no quilômetro 56 da rodovia BR-262, na localidade do Trevo de Paraju, município de Marechal Floriano. É uma empresa familiar com 17 anos de mercado e que atualmente conta com apenas 01 funcionário. O proprietário deseja montar uma padaria para que possa atender o mercado local, que apresentou crescimento ao longo do ano de 2011, graças a

instalação de novas empresas que chegaram a região e ao próprio aumento da população. Pretende-se trabalhar com pão francês do tipo congelado, que será fornecido pela empresa Segredos do Trigo. Outro fator que favorece essa demanda crescente caracteriza os donos de sítios na região, que moram em sua maioria na Grande Vitória e sobem para a região das montanhas para passar os finais de semana. Foram realizadas pesquisas de campo junto a fornecedores e nas empresas que comercializam os equipamentos que precisam ser adquiridos. Sendo assim, chegamos ao seguinte problema de pesquisa: É viável o investimento para a implantação da padaria na Mercearia São Cristovão?

O que nos leva ao objetivo geral de apurar se é viável o investimento para implantação da padaria da Mercearia São Cristovão. Além dos objetivos específicos de calcular o valor do investimento para a implantação e determinar o tempo para o retorno do investimento.

Segundo o critério de classificação de Vergara (2009, p.41) quanto à metodologia empregada, quanto aos fins, a pesquisa é aplicada, já que teve a finalidade de chegar a uma resolução da questão discutida e que poderá ser colocada em prática. A pesquisa também foi descritiva por expor o que se passa na empresa, além de ser explicativa, pois apresentou argumentos que justificam o investimento. Quanto aos meios, foram realizadas pesquisas bibliográficas, pois serão consultados livros e sites especializados da internet. A pesquisa de campo foi feita na Mercearia São Cristovão para apuração do fenômeno. Foi participante, pois o pesquisador faz parte do ambiente pesquisado e é um estudo de caso ao estudar especificamente a Mercearia São Cristovão.

O universo de pesquisa foi a Mercearia São Cristovão e a amostra, a sua padaria. Os dados foram coletados por meio de observação participante, sendo que o pesquisador trabalha na empresa pesquisada, por pesquisa bibliográfica, em livros e sites especializados da internet, e por meio de entrevista com o proprietário da empresa. Os dados foram reunidos, apresentados em planilhas e analisados, conforme referencial teórico estudado.

A justificativa para necessidade do estudo e responder o problema de pesquisa, ou seja, diante da crescente demanda do mercado, e se tratando de uma micro empresa com renda equivalente ao seu tamanho, e com recursos financeiros limitados para investimentos, um investimento mal sucedido poderia deixar a empresa em apuros financeiros. Assim, há dois motivos principais para a realização deste trabalho: o profissional e o acadêmico.

O proprietário deseja investir neste setor, visando um melhor atendimento aos clientes, mas para isso é importante o planejamento financeiro, para saber se o valor do investimento está de acordo com a realidade financeira da empresa e quais os riscos. É fato que uma das principais causas de falências de micro e pequenas empresas no Brasil é um mau planejamento ou mesmo a sua ausência. Deve-se também destacar que a padaria da Mercearia São Cristovão não contará com concorrentes nas proximidades, pois a padaria mais próxima fica a uma distância de 12 quilômetros.

Quanto ao motivo acadêmico, este trabalho irá disponibilizar um estudo de caso de uma micro empresa capixaba e informações a respeito do setor da panificação do Estado, além de expor alguns fundamentos do empreendedorismo e de um plano financeiro eficiente, tendo como referência teórica literaturas e artigos acadêmicos.

2 ESTUDO DE CASO: MERCEARIA SÃO CRISTOVÃO

A Mercearia São Cristovão está enquadrada, de acordo com a tabela do Super Simples, como uma micro empresa. Ela oferece, além da mercearia, um completo serviço de bar e pretende iniciar suas atividades também como padaria. Como empresa legalizada que é, conta com os serviços de um escritório de contabilidade da região para dar suporte às suas atividades. Em suas despesas atuais já estão contabilizadas despesas como pró labore e os honorários contábeis, por este motivo

estas despesas não foram contabilizadas nos cálculos aqui realizados. Ficaram de fora também despesas com aluguel, pois a empresa possui sede própria.

Um novo investimento deve passar pelo planejamento de sua implantação. Antes de realizar um novo investimento, é importante que o empreendedor identifique as oportunidades que se apresentam e os riscos a serem assumidos. Os riscos fazem parte de qualquer empreendimento, e é necessário do empreendedor coragem para enfrentá-los. Podem-se diminuir consideravelmente os riscos a uma nova idéia, dando mais segurança ao negócio, através de um planejamento e análise da viabilidade do negócio.

De acordo com Salim, Hochman e Ramal (2005) o planejamento é indispensável em uma empresa, e muitas vezes podem definir o tempo de vida da organização. Cada vez menos os administradores estão fazendo uso de intuições, ações compulsivas e decisões que não estejam baseadas em análise de dados reais do mercado. O pequeno empreendedor muitas vezes faz uso de todas as suas economias para abrir um investimento, o planejamento, através de um plano de negócios, possibilita que esse pequeno empreendedor arrisque seu dinheiro em ações concretas e com grandes possibilidades de renderem lucros.

Para Lemes, Rigo, Cherobim (2002, p. 506) como o planejamento financeiro contribui para definir objetivos e fixar padrões de avaliação de resultados, ele é considerado uma ferramenta adequada para os estudos de viabilidade. É através do plano financeiro que são analisados os resultados relativos aos objetivos, decisões e alternativas contidas no planejamento da empresa, indicando a possibilidade de sua implantação, ou não, do ponto de vista financeiro.

2.1 INVESTIMENTO INICIAL

Um investimento caracteriza qualquer aplicação de capital em algum ativo, tangível ou não, para obter determinado retorno no futuro. O investimento pode ser tanto a

criação de uma nova empresa ou projeto numa empresa existente (JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2002, p. 9).

Segundo o proprietário da empresa, os investimentos necessários para a ampliação são: Obras civis: instalação de nova rede hidráulica e pontos de energia elétrica na área da loja que corresponde á padaria; máquinas e equipamentos: um forno a gás para 8 formas, 01 armário para pães tipo câmara climatizada, 01 freezer horizontal de 530 litros, 01 fatiadora de frios; móveis e utensílios: uma mesa tipo bancada de inox de 2x0,5 metros, 30 formas de alumínio para pães; projetos: elaboração do projeto para as obras civis.

TABELA 1 – Cálculo dos investimentos iniciais

Item	Discriminação	Valor total R\$
1	Obras civis	1.000,00
2	Máquinas e equipamentos	16.800,00
3	Móveis e utensílios	1.900,00
4	Projetos	300,00
5	Outros	500,00
Total de investimentos		20.500,00
Capital de giro necessário		7.732,98
Reserva técnica		1.767,02
Total do capital inicial		30.000,00

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

Os valores foram orçados em lojas especializadas do mercado de máquinas e equipamentos, como Acimaq e Big Maq, e em uma empresa prestadora de serviços para realização das obras civis, a TTB Engenharia. A pesquisa foi realizada no período entre novembro de 2011 e setembro de 2012. O valor de R\$ 1.000,00 para realização das obras civis indica que são poucas as modificações necessárias, enquanto máquinas e equipamentos, no valor de R\$16.800,00, representam 56% do valor total do capital inicial indicado.

“Capital de giro é o investimento de uma empresa em ativos de curto prazo, como caixa, títulos negociáveis, estoques e contas a receber, o capital de giro líquido são os ativos circulantes menos os passivos circulantes” (WESTON, BRIGHAM. 2004, p. 378).

TABELA 2 – Cálculo do capital de giro

Discriminação	Valor / mês (R\$)
1. Usos	
Caixa e bancos	5.070,00
Estoques (custos de mercadorias vendidas)	4.871,50
Embalagens	80,00
Total de usos	10.021,50
2. Fontes	
Fornecedores	500,00
Impostos e contribuições	564,52
Salários e encargos a pagar	1.224,00
Total das fontes	2.288,52
Necessidade de capital de giro (1-2)	7.732,98

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

O valor do capital de giro necessário será de R\$ 7.732,98, visto que o total dos usos será de R\$ 10.021,50, e das fontes é previsto um abatimento de R\$ 2.288,52. Conforme tabela 2.

2.2 FATURAMENTO MENSAL

TABELA 3 – Plano de vendas

Produto	Unid.	Partic. % vendas	Quant. Méd. Mês	Quant. Anual
Apresentado	Kg	1,88%	25	300
Biscoito tipo caseiro 450g	Unid	3,01%	40	480
Mortadela	Kg	2,63%	35	420
Pão de forma 400 g	Unid	4,51%	60	720
Pão de hambúguer 400g	Unid	2,63%	35	420
Pão doce 50 g	Kg	9,02%	120	1.440
Pão francês 50 g	Kg	56,39%	750	9.000
Pão hot-dog 400 g	Unid	3,76%	50	600
Pão integral 300 g	Unid	2,25%	30	360
Pão sovado 400 g	Unid	3,76%	50	600
Presunto	Kg	1,13%	15	180
Queijo mussarela	Kg	1,51%	20	240
Rosca amanteigada 300g	Unid	3,76%	50	600
Rosca seca 300 g	Unid	3,76%	50	600

Total	100	1.330	15.960
--------------	-----	-------	--------

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

As previsões de vendas devem ser baseadas na avaliação do potencial do seu mercado e em sua capacidade produtiva (ROSA. 2009, p. 56). Com base no aumento da demanda de janeiro de 2010 até janeiro de 2012 foi calculada a previsão de vendas. De acordo com a tabela seguinte, nota-se que o carro chefe da padaria, com 56% das vendas será o pão francês, seguido pelo pão doce, conforme tabela 3.

De acordo com Rosa (2009, p. 56), o faturamento mensal da empresa é uma forma de estimar o quanto a empresa irá faturar por mês, multiplicando a quantidade de produtos a serem oferecidos pelo preço de venda, que deve ser baseado em informações de mercado.

TABELA 4 – Estimativa de faturamento da empresa

Produto	Unid.	Preço de venda unit.	Quant. méd. mês	Quant. méd. anual	Valor méd. mensal	Valor méd. anual
Apresentado	Kg	12,90	25	300	322,50	3.870,00
Bisc. caseiro 450g	Unid	5,90	40	480	236,00	2.832,00
Mortadela	Kg	9,00	35	420	315,00	3.780,00
Pão de forma 400g	Unid	3,79	60	720	227,40	2.728,80
Pão de hamb. 300g	Unid	2,99	35	420	104,65	1.255,80
Pão doce 50g	Kg	10,00	120	1.440	1.200,00	14.400,00
Pão francês 50g	Kg	8,49	750	9.000	6.367,50	76.410,00
Pão hot-dog 400g	Unid	3,79	50	600	189,50	2.274,00
Pão integral 300	Unid	4,29	30	360	128,70	1.544,40
Pão sovado 400g	Unid	3,79	50	600	189,50	2.274,00
Presunto	Kg	18,99	15	180	284,85	3.418,20
Queijo mussarela	Kg	18,99	20	240	379,80	4.557,60
Rosca amanteigada	Unid	3,75	50	600	187,50	2.250,00
Rosca seca	Unid	3,75	50	600	187,50	2.250,00
Total			1.330	15.960	10.320,40	123.844,80

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

Tendo como base os preços das mercadorias citadas no plano de vendas praticados no mês de setembro de 2012 pela própria Mercearia São Cristovão, e calculada quantidade de mercadorias que serão vendidas, chegou-se a estimativa de

faturamento mensal de R\$ 10.320,40. Os produtos que irão impulsionar o faturamento da padaria serão o pão francês e o pão doce, pelo maior número de vendas e por sua respectiva receita, conforme tabela 4.

2.3 CUSTOS MENSAIS

A apuração de custos numa empresa pode ser efetuada com objetivos contábeis e fiscais ou para tomada de decisão. São várias as apurações de custos utilizadas para apoiar tomadas de decisão (SANTOS. 2001, p. 171.). Foi feito um custeio integral onde foram calculados o custo das mercadorias vendidas, o custo da depreciação e os custos fixos e variáveis para funcionamento da padaria. Em pesquisa realizada junto aos fornecedores das respectivas mercadorias, e que a empresa utiliza atualmente, levantou-se o custo unitário para e o custo mensal das mercadorias vendidas, que será de R\$ 4.871,50, conforme tabela 5.

TABELA 5 – Apuração dos custos das mercadorias vendidas

Produto	Unid.	Custo unitário	Quant. média mensal	Quant. média anual	Valor médio mensal	Valor médio anual
Apresentado	Kg	8,00	25	300	200,00	2.400,00
Bisc. caseiro 450g	Unid	3,90	40	480	156,00	1.872,00
Mortadela	Kg	5,90	35	420	206,50	2.478,00
Pão de forma 400	Unid	2,50	60	720	150,00	1.800,00
Pão de hamb 300	Unid	2,00	35	420	70,00	840,00
Pão doce 50g	Kg	4,50	120	1.440	540,00	6.480,00
Pão francês 50g	Kg	3,40	750	9.000	2.550,00	30.600,00
Pão hot dog 400g	Unid	2,50	50	600	125,00	1.500,00
Pão integral 300g	Unid	2,80	30	360	84,00	1.008,00
Pão sovado 400g	Unid	2,50	50	600	125,00	1.500,00
Presunto	Kg	12,00	15	180	180,00	2.160,00
Queijo mussarela	Kg	11,80	20	240	236,00	2.832,00
Rosca amanteig.	Unid	2,49	50	600	124,50	1.494,00
Rosca seca	Unid	2,49	50	600	124,50	1.494,00
Total			1.330	15.960	4.871,50	58.458,00

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

Segundo Rosa (2009, p. 64), o tempo de depreciação em anos para os equipamentos a serem adquiridos, e baseando-se nos valores pesquisados de cada um deles, chegou-se ao valor mensal da depreciação de R\$ 295,82, conforme tabela 6.

TABELA 6 – Estimativa do custo com depreciação

Bem	Tempo /anos	Valor	Deprc. Mensal
Máquinas / equip.			
Camara climatizada	5	6.500,00	108,33
Fatiadora de frios	5	2.700,00	45,00
Forno	5	5.900,00	98,33
Freezer 500l.	5	1.700,00	28,33
Móveis / utensílios			
Bancada de inox 2mt.	10	1.000,00	8,33
Formas para pães	10	900,00	7,50
Total			295,82

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

Os custos são classificados como custos fixos e custos variáveis. Para Sanvicente (1997, p.196), custos fixos são aqueles que não variam, mesmo com as oscilações de produção. Ainda de acordo com Sanvicente (1997, p. 196), custos variáveis são aqueles que sofrem alteração conforme aumenta ou diminui a produção / venda. O maior custo variável será o da matéria prima. Os custos fixos e variáveis foram calculados, conforme tabela 7.

TABELA 7 – Estimativa dos custos operacionais mensais

Descriminação	Valor médio mensal	Valor %
Custos fixos		
Água / luz / telefone	100,00	1,34%
Despesas com funcionários (salário e benefícios)	1.224,00	16,46%
Depreciação	295,82	3,98%
Despesas financeiras	644,55	8,67%
Total dos custos fixos	2.264,37	30,45%
Custos variáveis		
Reserva mensal	50,00	0,67%
Material de limpeza e diversos	30,00	0,41%
Embalagens	80,00	1,08%

Gás GLP	140,00	1,88%
Custo das mercadorias vendidas	4.871,50	65,51%
Total dos custos variáveis	5.171,50	69,55%
Custo total (1+2)	7.435,87	100%

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

Os gastos operacionais mensais terão um custo total de R\$ 7.435,87, sendo R\$ 2.264,37 de custos fixos (que representam 30,45% do valor total) e R\$ 5.171,50 de custos variáveis, que representam 69,55% dos custos totais, respectivamente. Os custos variáveis apresentam valor mais elevado já que engloba os custos das mercadorias vendidas, que é o maior valor dos custos operacionais. O segundo maior custo é com despesas com funcionários, que é um custo fixo.

2.4 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

O Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE) é um demonstrativo financeiro que serve para exprimir com clareza o resultado que a empresa obteve no exercício social, se ela teve lucro ou prejuízo. A DRE refere-se sempre a um determinado período de apuração, em geral um mês ou ano. De acordo com Gitman (2002, p. 71), a DRE apresenta um resumo financeiro da empresa em um período específico.

TABELA 8 – Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor médio mensal	Valor médio anual	Valor %
Receita operacional bruta	10.320,40	123.844,80	100%
(-) dedução de vendas	564,52	6.774,24	5,47%
Super simples (5,47%)	564,52	6.774,24	5,47%
(=) receita operacional líquida	9.755,88	117.070,56	94,53%
(-) custos variáveis	5.171,50	62.058,00	50,11%
Embalagens	80,00	960,00	0,77%
Custos das mercadorias	4.871,50	58.458,00	47,20%
Gás GLP	140,00	1.680,00	1,36%
Material de limpeza	30,00	360,00	0,29%
Reserva mensal	50,00	600,00	0,49%
(=) margem de contribuição	4.584,38	55.012,56	44,42%
(-) custos fixos	2.264,37	27.172,44	21,94%
Água /luz/tel.	100,00	1.200,00	0,97%
Depreciação	295,82	3.549,84	2,87%
Despesas com funcionário	1.224,00	14.688,00	11,86%
Desp. financeiras (investimento)	644,55	7.734,60	6,24%

(=) resultado líquido	2.320,01	27.840,12	22,48%
Custo de oportunidade (TMA) 1% sobre investimento inicial	300,00	3.600,00	

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.

De acordo com o demonstrativo de resultados, tem-se uma margem de contribuição de 44,42% e um resultado líquido de R\$ 2.320,01, conforme tabela 8.

2.5 INDICADORES DE VIABILIDADE

Os indicadores utilizados para calcular a viabilidade do investimento foram de lucratividade, de rentabilidade, os pontos de equilíbrio, e também foram calculados o valor presente líquido (tabela em anexo), a taxa interna de retorno e o *pay-back* descontado.

A lucratividade, segundo Rosa (2009, p. 69) é um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas e é considerado um dos principais indicadores econômicos, pois está relacionado à competitividade. A lucratividade encontrada é igual a 22,48%.

$$\text{Lucratividade} = (\text{RL}/\text{RLV} \times 100) \quad 2.320,00/10.320,40 \times 100 = 22,48\%$$

De acordo com Rosa (2009, p. 70), rentabilidade é um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios e é obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo, que pode ser mês ou ano, é calculado por meio da divisão do lucro líquido pelo investimento total e deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro. Com o cálculo de rentabilidade pode-se, por exemplo, saber quantos por cento o empresário recuperou do valor investido através dos lucros obtidos no negócio em um ano. A rentabilidade encontrada é igual a 7,33%.

$$\text{Rentabilidade} = (\text{RL}/\text{I} \times 100) \quad 2.320,00/30.000,00 \times 100 = 7,73\%$$

Ponto de equilíbrio contábil é aquele em que a margem de contribuição é capaz de cobrir todos os custos e despesas fixas de um determinado período e não se levam

em consideração o custo de oportunidade do capital investido na empresa nem os juros pagos por empréstimos efetuados, e nos custos e despesas fixas se inclui a depreciação, que não representa desembolso (MEGLIORINI, 2007, p. 128). O ponto de equilíbrio contábil, considerando os custos e despesas fixas, é igual a R\$ 5.097,63, conforme o cálculo:

$$\text{PEC} = \text{custos fixos} / \% \text{ Margem de Contribuição}$$

$$\text{PEC} = 2.264,37 / 44,42\% = 5.097,63$$

O ponto de equilíbrio econômico se diferencia do ponto de equilíbrio contábil por considerar que, além de suportar os custos e despesas fixas, a margem de contribuição deve cobrir o custo de oportunidade do capital investido na empresa (MEGLIORINI, 2007, p. 129). O ponto de equilíbrio econômico, considerando os custos e despesas fixas, somados a taxa mínima de oportunidade ou custo de oportunidade de 1% sobre o investimento inicial, é igual a R\$ 5.773,00, de acordo com o cálculo:

$$\text{PEE} = \text{custo fixos} + \text{custo de oportunidade} / \% \text{ MC}$$

$$\text{PEE} = 2.264,37 + 300,00 / 44,42\% = 5.773,00$$

Como padrão para a taxa TMA, costuma-se utilizar uma taxa de baixo risco no mercado financeiro, como Selic ou taxas líquidas de aplicações financeiras, como CDI, CDB ou poupança. Para o investimento ser economicamente viável, a sua taxa de retorno deve ser superior a taxa TMA.

Ponto de equilíbrio financeiro é calculado considerando como custos e despesas somente os gastos que geram desembolso no período, desconsiderando a depreciação contida nos custos e despesas fixas. Também é considerado outros desembolsos, que necessariamente não estão inclusos nos custos e despesas, como, por exemplo, a amortização de empréstimos, logo, a margem de contribuição deverá suportar os custos e despesas fixas sem a depreciação, porém, mais amortizações de empréstimos (MEGLIORINI, 2007, p. 129). O ponto de equilíbrio financeiro, considerando os custos fixos – excluído o custo com depreciação, é igual a

R\$ 4.431,67.

PEF = custos fixos – depreciação / % MC

PEF = 2.264,37-295,82/44,42% = 4.431,67

O método VPL consiste em calcular o valor presente líquido do investimento na data de início (data zero) de um fluxo de caixa irregular, usando uma taxa mínima de atratividade (TMA) para calcular o valor atual (VP) das entradas ou saídas (WERNKE. 2008, p. 96). Ainda segundo Wernke (2008, p. 95) a TMA equivale ao retorno mínimo que o aplicador de recursos pretende conseguir com determinado investimento.

Para calcular o VPL (ver anexo 1), foi utilizado um custo de oportunidade (TMA) de 1% ao mês. Tem-se em 24 meses o valor presente de R\$49.223,38, o que supera em R\$ 19.223,38 o investimento inicial de R\$ 30.000,00. Em dois anos temos o VPL positivo, assim, sob a ótica do VPL o investimento é viável. Temos também uma taxa interna de retorno de 5,00%, que supera a taxa mínima de atratividade. Assim, sob a ótica da TIR o investimento também é viável.

O *pay-back* descontado, segundo Wernke (2008, p. 109), considera o valor do dinheiro no tempo e, para tanto, requer a conversão dos fluxos de caixa futuros ao valor presente na data do investimento inicial. O cálculo do *pay-back* descontado apresenta o retorno do investimento em aproximadamente um ano e um mês, considerando o valor do dinheiro no tempo e a taxa mínima de atratividade de 1%, cabe ao investidor analisar se o tempo de retorno do investimento é atrativo.

Pay-back descontado:

SOMA: 1º mês ao 13º = 28.131,06

FALTA: 30.000,00 – 28.131,06 = 1.868,94

FRAÇÃO: 1.868,94 / 30.000,00 = 0,62

O *Pay-back* descontado é igual a 13,62 períodos.

3 CONCLUSÃO

De acordo com os valores obtidos, conclui-se que o projeto é viável, pelo seu custo inicial de R\$ 30.000,00, considerando que ele se encaixa no orçamento da empresa. A lucratividade foi estimada em 22,48% e a rentabilidade em 7,73%, sendo resultados positivos, assim como a taxa interna de retorno, se comparada a taxa mínima de atratividade. O VPL em dois anos foi de R\$ 49.223,38 e o retorno pelo *pay-back* descontado em um ano e quatro meses, aproximadamente, foram aceitos pelo empreendedor. Ao analisar o demonstrativo de resultados, constata-se a receita operacional bruta de R\$ 10.320,40 ao mês e a receita operacional líquida de R\$ 9.755,88, com margem de contribuição de R\$ 4.584,38 (44,42% da receita bruta) e resultado líquido de R\$ 2.320,01.

O estudo limitou-se a análise econômica e financeira, porém, sabe-se que para implantação de um negócio e para que este possa se desenvolver de maneira positiva, o empreendedor precisa estar atento ao mercado e suas variáveis, como também elaborar um bom trabalho de divulgação e capacitação de profissionais para conquistar e fidelizar clientes.

Conclui-se também que o plano financeiro é uma ferramenta essencial para o empreendedor, auxiliando nas tomadas de decisão, para lidar com a escassez e o alto custo de recursos, fazendo-se saber da necessidade de reduzir riscos, e principalmente, da importância de planejamento na hora de realizar investimentos.

4 REFERÊNCIAS

BANCO DO BRASIL EMPRESA. **Proger Urbano Empresarial**. 2012. On-line. Disponível em: <http://www.bb.com.br/portalbb/page44,108,3221,8,0,1,2.bb?codigoMenu=128&codigoNoticia=117&codigoRet=479> .Acesso em: 20 set. 2012.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 314 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio.** 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. 280 p.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira.** 7. ed. São Paulo: Harba, 2002. 841 p.

LEMES JUNIOR, Antonio Barbosa; RIGO, Claudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. **Administração Financeira: Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras.** 5. tir. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 698 p.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: Análise e Gestão.** 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Alíquotas e Partilha do Simples Nacional – Comércio.** 2012. On-line. Disponível em :
<http://www.receita.fazenda.gov.br/publico/Legislacao/LeisComplementares/2066/LeiCcomplementar1232006Anexo1.doc> . Acesso em: 05 set. 2012.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio.** 1. ed. Brasília: SEBRAE, 2009. p. 120.

SANTOS, Edno Oliveira. **Administração Financeira da Pequena e Média Empresa.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 251 p.

SALIM, Cesar Simões et al. **Construindo Planos de Negócios: Todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso.** 3. ed rev e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 338 p.

SEBRAE NACIONAL. **Biblioteca digital.** 2012. On-line. Disponível em:
<http://www.busca.sebrae.com.br/search?output=xml_no_dtd&client=web_um&oe=UTF-8&ie=UTF8&proxystylesheet=sebrae2&site=web_all&getfields=*&filter=0&entsp=arbr_ES&q=padarias>. Acesso em: 30 mar. 2012.

SINDIPAES. 2012. On-line. Disponível em: <<http://www.sindipaes.org.br>>. Acesso em 31 mar. 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 10. Ed. São Paulo: Atlas. 2009. 494 p.

WERNKE, Rodney. **Gestão Financeira: ênfase em aplicações e casos nacionais.** 1. ed. São Paulo: Saraiva. 2008. 367p.

ANEXOS

ANEXO 1 - DRE

INVESTIMENTO INICIAL		VP	\$ - 30.000,00
VF	1	2.320,01	\$ 2.296,81
VF	2	2.320,01	\$2.273,84
VF	3	2.320,01	\$2.251,10
VF	4	2.320,01	\$ 2.228,59
VF	5	2.320,01	\$ 2.206,31
VF	6	2.320,01	\$ 2.184,24
VF	7	2.320,01	\$ 2.162,40
VF	8	2.320,01	\$ 2.140,77
VF	9	2.320,01	\$ 2.119,37
VF	10	2.320,01	\$ 2.098,17
VF	11	2.320,01	\$ 2.077,19
VF	12	2.320,01	\$ 2.056,42
VF	13	2.320,01	\$ 2.035,85
VF	14	2.320,01	\$ 2.015,50
VF	15	2.320,01	\$ 1.995,34
VF	16	2.320,01	\$ 1.975,38
VF	17	2.320,01	\$ 1.955,63
VF	18	2.320,01	\$ 1.936,08
VF	19	2.320,01	\$ 1.916,71
VF	20	2.320,01	\$ 1.897,55
VF	21	2.320,01	\$ 1.878,57
VF	22	2.320,01	\$ 1.857,59
VF	23	2.320,01	\$ 1.841,19
VF	24	2.320,01	\$ 1.822,78
		Valor presente =	49.223,38
		VLP =	19.223,38
		TIR =	5%

Fonte: Autor do trabalho - adaptado SEBRAE.