

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO
GRANDE DO NORTE**

CAMPUS NATAL – ZONA NORTE

CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO

ANTONIA VANILDA DE FIQUEIREDO GOMES

PLANEJAMENTO FINANCEIRO PARA A EMPRESA VAN KISUCOS

NATAL/RN

MARÇO DE 2018

ANTONIA VANILDA DE FIQUEIREDO GOMES

PLANEJAMENTO FINANCEIRO PARA A EMPRESA VAN KISUCOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Técnico em Comércio, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, *Campus* Natal Zona Norte, como requisito para obtenção do diploma de Técnico em Comércio.

Orientação: Prof. Francisco Iranylson Gomes de Brito, MSc.

NATAL/RN
MARÇO DE 2018

Pró-Reitor de Ensino

Agamenon Henrique de Carvalho Tavares

Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação

Márcio Adriano de Azevedo

Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

Marcos Antônio de Oliveira

Pró-Reitor de Administração

Juscelino Cardoso de Medeiros

Diretor Geral do *Campus* Natal-Zona Norte

Valdemberg Magno do Nascimento Pessoa

Diretor Acadêmico

Roberto Rodrigues Cunha Lima

Coordenador do Curso Técnico em Comércio

Paulo Roberto Pimentel Duavy

Coordenador de Pesquisa e Inovação

Marcus Vinícius Araújo Fernandes

Coordenador de Extensão

Fábio Alexandre Araújo dos Santos

TERMO DE APROVAÇÃO

Aluno: ANTONIA VANILDA DE FIQUEIREDO GOMES

Curso: Técnico em Comércio

Período/Ano: 2018.1.


Tipo de Documento: Relatório Final de Projeto de Pesquisa

Título: Planejamento Financeiro para a Empresa VAN KISUCOS


PARECER

O Relatório Final de Projeto de Pesquisa foi submetido à Direção Acadêmica do IFRN, *Campus* Natal/Zona Norte para análise e aprovado como requisito para conclusão do Curso Técnico em Comércio em 28 / 03 / 2018.

NATAL / RN, 28/03/2018


Francisco Iranylson Gomes de Brito

Orientador


Fabricia Abrantes Figueiredo da Rocha

Avaliador

RESUMO

A abertura e a consolidação de um empreendimento devem apresentar-se vinculados à realização de um planejamento. Assim, o presente estudo tem a finalidade de apresentar um planejamento financeiro para a VAN KISUCOS. A pesquisa é de caráter quantitativo com enfoque descritivo. Para que o objetivo pudesse ser alcançado foi elaborada a análise financeira a partir da qual se terá o estabelecimento de diretrizes a serem consideradas diante do planejamento. Ressalta-se que posteriormente se faz necessário a elaboração de um plano de negócio completa, de maneira a poder avaliar a Matriz de SWOT e análises de cenários.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Planejamento. Análise Financeira.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. OBJETIVOS.....	7
1.1.1. Objetivo geral.....	7
1.1.2. Objetivos específicos.....	8
1.2. JUSTIFICATIVA.....	8
2. Referencial Teórico.....	9
2.1. EMPREENDEDORISMO	9
2.1.1. Importância do empreendedorismo	10
2.1.2. Empreendedorismo no Brasil	11
2.2. PLANEJAMENTO EMPRESARIAL.....	11
2.3. TIPOS DE PLANEJAMENTO	13
2.3.1. Planejamento Estratégico.....	13
2.3.2. Planejamento Tático.....	14
2.3.3. Planejamento Operacional	14
3. METODOLOGIA.....	16
3.1. TIPO DA PESQUISA	16
3.2. ÁREA DE ABRANGÊNCIA	16
3.3. TÉCNICAS DE COLETA E TRATAMENTO DE DADOS.....	16
4. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA.....	16
4.1. VAN KISUCOS: UMA EMPRESA DO SEGMENTO ALIMENTÍCIO NO LITORAL NORTE DO RN.	16
4.1.1. Estudo dos clientes.....	17
4.1.2. Plano operacional	18
4.1.3. Plano financeiro.....	19
5. CONCLUSÕES.....	25
6. REFERÊNCIAS	26

1. INTRODUÇÃO

Uma das dificuldades de abrir uma empresa vincula-se aos desafios cotidianos enfrentados pelos empreendedores. Estes precisam estar atentos as análises financeiras que norteiam as decisões dos gestores para a implantação de negócios.

O ambiente é caracterizado por fatores externos à organização e que interferem direta ou indiretamente na sua atuação. Assim, elementos como concorrentes, mas também aspectos econômicos, tecnológicos, legais e socioculturais devem ser avaliados, diante do desenvolvimento de um planejamento (OLIVEIRA, 1988; VASCONCELLOS FILHO, 1985).

O planejamento, em linhas gerais, abrange a definição de metas e dos meios ou estratégias necessárias de serem executadas para atingi-las. Logo, apresenta as etapas a serem seguidas pelos gestores, no sentido de poder atingir os objetivos estabelecidos, garantindo a sobrevivência e o crescimento da organização no mercado.

Desse modo, esse trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de um planejamento financeiro para a empresa Van Kisucos: um empreendimento que tem o propósito de levar produtos alimentícios de qualidade e naturais para os banhistas da Redinha.

1.1. OBJETIVOS

Essa etapa da pesquisa apresenta os objetivos pretendidos, mais especificamente a pretensão geral a ser buscada e os aspectos específicos que foram desenvolvidos.

1.1.1. Objetivo geral

Elaborar um planejamento financeiro para a empresa Van Kisucos.

1.1.2. Objetivos específicos

Para atingir a pretensão delimitada se fez necessário:

- Apresentar o empreendimento em termos dos serviços ofertados;
- Caracterizar o público alvo a ser atingido;
- Realizar a análise de viabilidade financeira.

1.2. JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento desse trabalho é importante, pois o sucesso de um empreendimento nasce do seu planejamento financeiro

Assim, entendendo a importância do planejamento pode-se dizer que o estudo é oportuno, já que este viabilizará o melhor caminho a ser seguido, dado a disponibilização do serviço no mercado, possibilitando a continuidade do negócio.

Ainda ressalta-se a viabilidade do trabalho, já que o segmento de vendas de sucos na cidade de Natal RN se concentra mais na praia de Ponta Negra e não no Litoral Norte.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EMPREENDEDORISMO

De origem francesa, o termo empreendedorismo significa “assumir riscos e começar algo novo”. O termo foi criado por Richard Cantillon com a finalidade de distinguir o empreendedor do capitalista. (BRITO *et. Al.* 2013)

Em 1814, surge o termo empreendedor como forma de identificar o indivíduo capaz de transferir recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de produtividade mais elevada. O autor enfatiza assim a importância do empreendedor para o bom funcionamento do sistema econômico.

Para Dornelas (2008) empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades, então o Instituto Elos é um grande exemplo prático de empreendedorismo, já que reúne pessoas e transforma não só ideias, mas sonhos em realidade, portanto o empreendedorismo não se limita a organizações com fins lucrativos, está em vários seguimentos da sociedade e não visa apenas o lucro.

Em 1984, um economista austríaco, de nome Schumpeter, defende o papel do empreendedor e seu impacto sobre a economia. Ele definiu o termo como alguém com desejo e potencial de converter uma nova ideia ou invenção em uma inovação bem sucedida, tendo como principal tarefa a “destruição criativa”. Para o autor, o empreendedor é capaz de modificar a economia introduzindo novos produtos ou serviços no mercado.

Para Chiavenato (2004), ser empreendedor é ser uma pessoa com sensibilidade e “tino” financeiro para os negócios; é ser dinâmico e realizador de propostas; é alguém que inicia e opera um negócio para realização de uma ideia ou um projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades e, enfim, inovando em sua área de atuação.

Segundo Custódio (2011) O empreendedor deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades, o autor afirma que suas atitudes empreendedoras devem focar as pessoas e não somente as empresas, atitudes estas que são fundamentais para o sucesso ou fracasso da empresa. O empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação,

dinamiza a economia. O conceito de empreendedorismo trata não só de indivíduos, mas de comunidades, cidades, regiões, países. Implica a idéia de sustentabilidade. O empreendedorismo é a melhor arma contra o desemprego.

Para Leite (2002), ser empreendedor significa “ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio”, motivação para pensar conceitualmente e a capacidade para ver, perceber a mudança como uma oportunidade.

2.1.1. Importância do empreendedorismo

O empreendedorismo é diretamente responsável por produzir as riquezas de um país. Porém, as atitudes empreendedoras também podem produzir bem-estar social apresentando solução para muitas mazelas, já que o conceito de empreendedorismo é muito mais amplo que a simples ideia de abrir um negócio. Atitudes empreendedoras podem estar ligadas à idéia de encontrar soluções para problemas de uma sociedade. Essas atitudes podem partir tanto das empresas através de suas políticas de responsabilidade social quanto da sociedade civil com a criação de instituições com objetivos sociais. Para proporcionar uma compreensão maior da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento da economia e como instrumento de solução de problemas sociais. Seria interessante analisarmos separadamente esses dois vieses (CARVALHO, 2013).

Geralmente assume-se que o empreendedorismo se encontra sempre e em qualquer lugar associado ao progresso econômico, embora ausente da vasta maioria dos modelos econômicos. Na sua obra clássica de 1911, Teoria do Desenvolvimento Econômico, Schumpeter argumenta que os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico, ao introduzir no mercado inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes (BARROS e PEREIRA, 2008).

Segundo Timmons (1994) apud Dornelas (2008), o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20.

Tudo isso nos leva a concluir que a partir dos ideais empreendedores produtos e tecnologias que simplificam tarefas rotineiras surgem ou são aperfeiçoados

proporcionando comodidade praticidade para um ambiente que vai mostrando cada vez mais complexidade (CARVALHO, 2013).

2.1.2. Empreendedorismo no Brasil

No Brasil o empreendedorismo começou a se desenvolver na década de 90. Ele é relativamente novo, porém possui uma evolução contínua. As principais entidades que apoiam o empreendedorismo no Brasil são o SEBRAE e a SOFTEX, que auxiliam os empreendedores, para iniciarem suas empresas, através de suporte e consultoria e também proporcionam capacitações para os mesmos.

Antes da década de 90 o cenário político e econômico, não era favorável, e o empreendedor, não conseguia ajuda e nem informações para dar início ao seu próprio negócio. É importante saber que muitos visionários atuaram em um cenário incerto, se empenharam, mesmo sem conhecerem mais profundamente outros conteúdos da área empresarial, a exemplo, de muitos que contribuíram para o desenvolvimento da economia do país.

Segundo Chiavenato (2004) uma pesquisa feita 2001, envolvendo cerca de 29 países, sobre a população entre 18 e 64 anos que se dedicam ao empreendedorismo, o Brasil aparece em 5º lugar com o percentual de 14,2% da população.

O Brasil ocupa a 15ª posição do Ranking do Empreendedorismo por Oportunidades e a 4ª posição no Ranking do Empreendedorismo por Necessidades, segundo pesquisa da GEM – Global Entrepreneurship Monitor realizada em 2005 Em 36 países.

O Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Desde alguns anos atrás, foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

2.2. PLANEJAMENTO EMPRESARIAL

Santos (2010) simplificadamente explica que o planejamento é uma forma de organizar idéias com relação a um certo tema e estabelecer objetivos e metas, com o propósito de se atingir um determinado resultado. O tempo da aplicação do planejamento pode variar de empresa para empresa, em uma pode se ter o objetivo alcançado em cinco anos em outras pode levar décadas. Mas com um amplo conhecimento do gestor sobre sua equipe e seus objetivos, ambas podem alcançar o sucesso.

Orlickas (2010) destaca que o planejamento visa prever e minimizar os inibidores dos resultados e maximizar os facilitadores no processo de tomada de decisão, pois permitem que o gestor tome decisões mais assertivas.

Para Chiavenato (2004), o planejamento consiste na tomada antecipada de decisões sobre o que fazer, antes de a ação ser necessária sob o aspecto formal, planejar consiste em simular o futuro desejado e estabelecer previamente os cursos de ação necessários e os meios adequados para atingir os objetivos.

Segundo Lopes (1976) *apud* Santos (2010) não tem como planejar sem definir missão, pois tem um impacto sobre o planejamento. Muitas pessoas trabalham para uma organização e não conseguem explicar a razão básica da existência da sua organização, que é o conceito conhecido como Missão. Quando se fala em Missão ficar claro que através da missão da empresa sabemos a necessidade básica que a organização pretende suprir, e a importância do seu papel no mundo externo.

A palavra visão, segundo Barker (1993) *apud* Santos (2013), tem sido muito utilizada em várias épocas da história, culturas e contextos, com significados muito diferentes. Entretanto, para os fins didáticos o conceito de visão procura descrever a auto-imagem da organização: como ela se vê, ou melhor, como ela gostaria de se ver no futuro.

Fica difícil estabelecer qualquer meta de crescimento para uma empresa quando um bom planejamento organizacional não é elaborado. É como sair para viajar sem saber onde quer chegar e nem como chegar. E mesmo que se chegue a algum lugar, os gastos e tempo utilizado poderiam ter sido bem menores com um pouco de planejamento e organização (Pluga.co, 2016).

O planejamento é o pilar do sucesso de toda empresa, não importando se for uma pequena, média ou grande organização, é preciso saber exatamente 'onde,

como, porque, quando e quanto' os objetivos estabelecidos serão alcançados, otimizando os recursos e tornando as ações mais eficientes e eficazes quanto a sua aplicabilidade (Pluga.co, 2016).

Mas um bom planejamento envolve três níveis e se diferenciam em relação: a) As decisões; b) Horizonte temporal; c) Especificidade e d) Efeitos.

Vejamos cada dos tipos de planejamento organizacional e qual a importância em estabelecê-los adequadamente para uma melhor eficiência produtiva.

2.3. TIPOS DE PLANEJAMENTO

2.3.1. Planejamento Estratégico

De acordo com Silva & Leon (2013) o conceito de estratégia nasceu da guerra, em que a realização de objetivos significa superar um concorrente, que fica impedido de realizar os seus.

Como o próprio nome sugere, o planejamento estratégico é aquele que estabelece as estratégias de longo prazo da empresa. É através dele que gestores podem saber exatamente o que se quer e qual a direção a ser seguida. Aqui vale aquele velho ditado 'para quem não sabe onde quer ir, qualquer caminho serve'.

O planejamento estratégico leva em consideração três itens importantes:

- Missão: Qual o propósito da empresa;
- Visão: O que se deseja atingir no futuro;
- Valores: Qual comportamento esperado e desejado pelos envolvidos na execução das atividades.

De forma geral é através do planejamento estratégico que gestores poderão estabelecer um rumo direcionado a conquistar os objetivos estabelecidos, com o propósito de obter o nível máximo de otimização entre as relações da empresa e o meio onde está inserida.

De acordo com Silva & Leon (2013) o planejamento pode concluir que existirá, para atingir os objetivos planejados, auto-suficiência em matéria prima ou

diversificação da produção. Estas estratégias poderiam gerar decisões do tipo: Implantar um novo projeto; Realocar o projeto; ou Expandir o projeto atual.

Sendo um planejamento que visa ações de longo prazo, é preciso que as estratégias estejam sendo continuamente monitoradas e acompanhadas, de forma que os recursos envolvidos sejam utilizados da melhor forma possível. Além disso, gestores precisam estar abertos a mudanças e inovações durante todo o ciclo do planejamento estratégico, uma vez que melhorias podem exigir mudanças de planos e deverão ser aplicadas.

2.3.2. Planejamento Tático

Silva & Leon (2013) afirmam que o planejamento tático tem por finalidade otimizar determinada área de resultado e não a empresa como um todo, trabalhando com decomposições dos objetivos, estratégias e políticas estabelecidas no planejamento estratégico.

O planejamento tático é algo mais direcionado e geralmente é projetado em curto prazo. De forma geral é ele que viabiliza que as ações do planejamento estratégico sejam executadas dentro de cada setor da empresa.

Desta forma, ao contrário do planejamento estratégico Santos (2010) afirma que o planejamento tático visa a organização como um todo, oferecendo para cada setor específico seus próprios objetivos, que pode variar desde otimizar determinado resultado até utilizar de forma mais eficiente os recursos disponíveis.

Via de regra, ao direcionar ações específicas, uma vez que desdobra os objetivos institucionais em objetivos departamentais, o planejamento tático possibilita conhecer aqueles setores que apresentam melhores desempenhos ou mesmo aqueles que não atingem as metas estabelecidas, o que facilita no estabelecimento de estratégias e propostas de melhorias específicas, mas que visem o alcance dos melhores resultados como um todo.

2.3.3. Planejamento Operacional

No planejamento operacional são considerados os planos de ação ou planos operacionais das empresas, que correspondem a um conjunto de partes homogêneas e que possuem detalhes como os recursos necessários para o seu desenvolvimento,

e implementação, os procedimentos básicos, os prazos estabelecidos e os responsáveis por sua execução e implementação. (SILVA & LEON, 2013)

O Planejamento Operacional pode ser definido como a materialização prática para a realização dos objetivos definidos no planejamento estratégico. (SANTOS, 2010)

Geralmente são elaborados para períodos mais curtos, de três a seis meses, e são bem mais específicos que os outros tipos de planejamento anterior. De maneira geral, o planejamento operacional detalha métodos, processos e sistemas especificando as pessoas envolvidas cada uma de sua responsabilidade, atividades, funções e a divisão das tarefas, além dos recursos necessários para serem colocados em prática.

O produto final de um bom planejamento operacional são cronogramas de atividades e planos de ação que precisam ser executadas dentro de um período pré-estabelecido.

3. METODOLOGIA

3.1. TIPO DA PESQUISA

O presente estudo apresenta um caráter quantitativo, assumindo uma natureza descritiva, já que se teve a análise de viabilidade financeira como análise principal.

3.2. ÁREA DE ABRANGÊNCIA

A pesquisa encontra-se centrada na área de Administração Geral, tendo em vista o desenvolvimento de um planejamento para o empreendimento VAN KISUCOS, em termos da descrição dos produtos e serviços ofertados, público alvo e análise do ambiente.

3.3. TÉCNICAS DE COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

Para a coleta de dados foi considerada a revisão bibliográfica, que serviu de embasamento para a realização do estudo. Ressalta-se que foi realizada simulações financeiras no Software Plano de Negócio 3.0.

4. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

Essa etapa da pesquisa tem a finalidade de apresentar a descrição do empreendimento, em termos dos aspectos operacionais e financeiros, também destacando os recursos que serão necessários para que se possa ter o seu funcionamento.

4.1. VAN KISUCOS: UMA EMPRESA DO SEGMENTO ALIMENTÍCIO NO LITORAL NORTE DO RN.

A Van Kisucos é uma empresa voltada para o ramo de alimentos e bebidas tropicais feitas na hora, com foco na preparação e comercialização de sucos, vitaminas, smoothies, shakes, além de lanches leves e saudáveis.

Ademais, a empresa se preocupa em garantir o conforto e acolhimento do cliente, visando a criação de uma estrutura que propicie um ambiente tranquilo e aconchegante aos clientes, podendo esses consumir os produtos enquanto usufruem deste espaço.

Além do estabelecimento fixo, haverão carrinhos que se locomoverão pela praia, atingindo mais diretamente os clientes.

Tendo em vista a atual tendência do modo de vida "fitness", temos como principais clientes pessoas que priorizem uma alimentação saudável, além de turistas e amantes de sucos.

A casa de sucos Van Kisucos será localizada na praia da Redinha, em frente à beira da praia, próximo ao mercado.

4.1.1. Estudo dos clientes

Como principais clientes, temos homens e mulheres, das mais variadas faixas etárias, que priorizem uma alimentação saudável. Dentre esses, podemos citar seguidores da "vida fitness", além de turistas e amantes de sucos.

No que diz respeito à caracterização econômica, buscamos atingir pessoas das classes média e alta, que ganham entre R\$ 937,00 até R\$ 2.480,00.

A empresa Van Kisucos visa atender ao público local e pessoas que frequentam praias - incluindo turistas. De acordo com os clientes alvos, a frequência de consumo desses variam em função das suas necessidades em adquirir produtos saudáveis e refrescantes. Ademais, deve-se levar em consideração a frequência em que os clientes vão à praia.

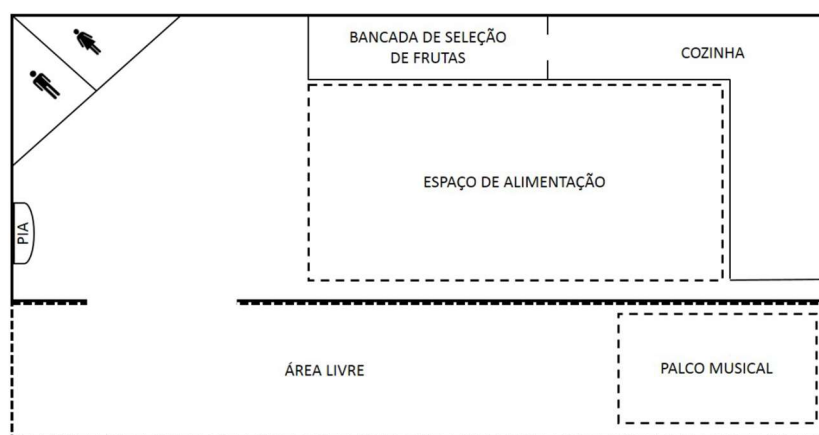
Haja vista a caracterização econômica do nosso público-alvo, estabelecemos como preço mínimo para sucos o valor de R\$ 6,00 e para vitaminas o preço de R\$ 7,00. Em ambos os casos, os clientes têm direito a acrescentar outros produtos, aumentando, assim, o preço base.

Em função da nossa localização, nossos clientes costumam consumir esse tipo de produtos em locais como a praia e locais próximos a Redinha.

4.1.2. Plano operacional

Levando em consideração uma média de 50 clientes por dia, estimamos uma pretensão de venda que gira em torno de 100 sucos produzidos diariamente. Entretanto, no que diz respeito a nossa capacidade produtiva, calcula-se a produção de 5 copos de suco de 350 ml a cada 10 minutos, o que resulta em uma produção total de 84 litros de sucos (240 copos) em 8 horas de funcionamento. Para tanto, se planejou um layout conforme figura 01.

Figura 01 – Layout da Loja Van Kisucos



Fonte: Elaboração Própria

Para abastecer o estoque, compraremos as frutas com os fornecedores citados anteriormente. O recebimento da mercadoria ocorrerá diariamente, com a finalidade de manter o padrão de qualidade com frutas novas e frescas. Caso haja excedentes, as frutas serão processadas em polpas para utilização posterior.

O processo produtivo se inicia com a escolha do cliente a respeito das frutas que irão compor o seu pedido. Para isso, o cliente irá se dirigir à bancada interativa e selecionar os ingredientes. Em seguida, seu pedido será gerado e encaminhado para a cozinha, onde será preparado. Por fim, o pedido referido será entregue ao cliente por um dos funcionários. Após consumir o produto, o cliente deve se dirigir ao caixa para efetuar o pagamento.

4.1.3. Plano financeiro

Quadro 01: A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

Quadro 02: B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Liquidificadores	4	R\$ 350,00	R\$ 1.400,00
2	Freezer	3	R\$ 900,00	R\$ 2.700,00
3	Máquina de cartão PAGSEGURO	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00
4	Fogão industrial	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
5	Chapa industrial	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
6	Bebedouro industrial	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
7	Ar-condicionado	3	R\$ 1.700,00	R\$ 5.100,00
8	Bancada touch screen	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 17.140,00

Quadro 03: C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

Quadro 04: D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Balcão de mármore em L	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
2	Conjunto mesas e cadeiras	16	R\$ 170,00	R\$ 2.720,00
3	Banheiros	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 7.020,00

Quadro 05: E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				R\$ 0,00

Quadro 06: F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computadores	3	R\$ 700,00	R\$ 2.100,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 2.100,00

Quadro 07: Total dos Investimentos Fixos

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 26.260,00
---	----------------------

Quadro 07: Estoque Inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Suco de morango (350ml)	1	R\$ 4,00	R\$ 4,00
2	Suco de limão (350ml)	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
3	Suco de laranja (350ml)	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
4	Suco de maracujá (350ml)	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
5	Suco de manga (350ml)	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
6	Suco de abacaxi (350ml)	1	R\$ 0,80	R\$ 0,80
7	Suco de uva (350ml)	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
8	Suco de goiaba (350ml)	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
TOTAL (A)				R\$ 9,90

Com relação a análise do caixa mínimo, a mesma é realizada em quatro etapas, elaboradas conforme demonstrativos a seguir.

Quadro 08: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
venda a prazo	80,00	30	24,00
A VISTA	20,00	0	0,00
Prazo médio total			24

Quadro 09: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
compra a prazo	100,00	30	30,00
Prazo médio total			30

Quadro 10: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	30

Quadro 11: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	24
2. Estoques – necessidade média de estoques	30
Subtotal Recursos fora do caixa	54
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	30
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	30
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	24

Quadro 12: Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 2.236,33
2. Custo variável mensal	R\$ 0,00
3. Custo total da empresa	R\$ 2.236,33

4. Custo total diário	R\$ 74,54
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	24
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 1.789,06

Quadro 13: Capital de giro (Resumo)

A – Estoque Inicial	R\$ 9,90
B – Caixa Mínimo	R\$ 1.789,06
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 1.798,96

Quadro 14: Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 26.260,00	90,84
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 1.798,96	6,22
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 850,00	2,94
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 28.908,96	100,00

Figura 02: Análise de investimentos



Quadro 15: Fontes de Recursos

Fontes de recursos	(%)
--------------------	-----

	Valor	
Recursos próprios	R\$ 14.454,48	50,00
Recursos de terceiros	R\$ 14.454,48	50,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 28.908,96	100,00

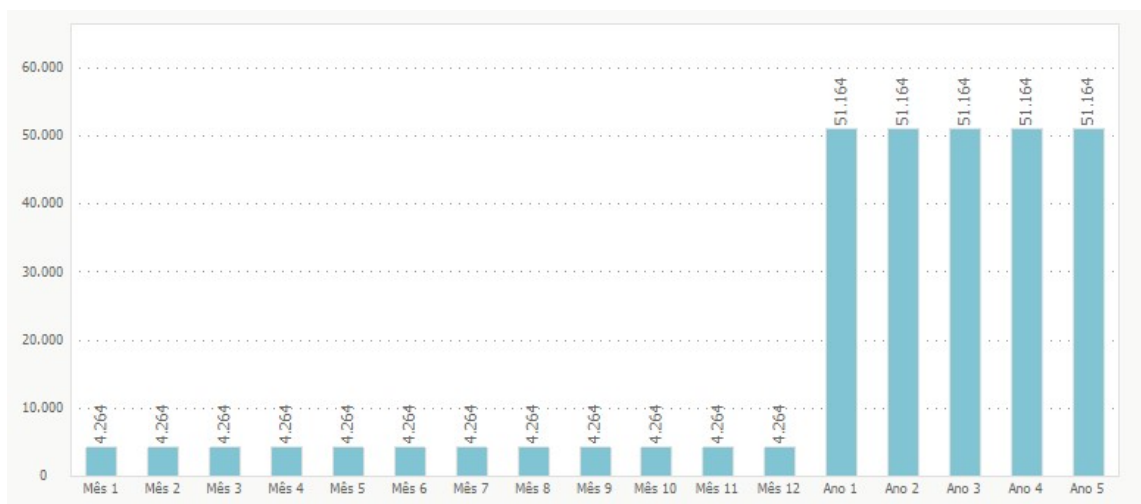
Quadro 16: Detalhamento do Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Sucos	300	R\$ 6,00	R\$ 1.800,00
2	Vitaminas	100	R\$ 7,00	R\$ 700,00
3	Lanches naturais	200	R\$ 20,00	R\$ 4.000,00
TOTAL				R\$ 6.500,00

Quadro 17: Demonstrativo do Resultado do Exercício Anual

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 6.500,00	R\$ 78.000,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de custos Variáveis	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
3. Margem de Contribuição	R\$ 6.500,00	R\$ 78.000,00	100,00
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 2.236,33	R\$ 26.835,96	34,41
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 4.263,67	R\$ 51.164,04	65,59

Figura 03: Simulação de Receitas



Quadro 18: Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ponto de Equilíbrio	R\$ 26.835,96	R\$ 26.835,96	R\$ 26.835,96	R\$ 26.835,96	R\$ 26.835,96
Lucratividade	65,59 %	65,59 %	65,59 %	65,59 %	65,59 %
Rentabilidade	176,98 %	176,98 %	176,98 %	176,98 %	176,98 %
Prazo de retorno do investimento	7 meses				

5. CONCLUSÕES

Empreendedores são profissionais que assumem riscos. Assim, para minimizá-los é importante que seja desenvolvido um planejamento, de maneira a definir os produtos e serviços que serão disponibilizados no mercado.

Logo, se faz necessário a realização de análise de viabilidade financeira para ocorra a implantação de negócios no mercado. Desta forma se observou que a empresa Van Kisucos apresentou viabilidade financeira a partir da recursos listados necessários para sua implantação. Para tanto foram realizadas simulações de receitas a partir do levantamento dos custos e despesas necessárias para o funcionamento da empresa em estudo.

Por fim, conclui-se que a análise financeira identificou que viabilidade para a implantação do negócio com lucratividade média de quase 66%, porém se faz necessário a realização de uma análise de SWOT e a simulação de cenários econômicos.

6. REFERÊNCIAS

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica**. Out./Dez. . ed. Curitiba: REC, 2008. p. 975-993 p. v. 12. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/05.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2018.

BRITO, A. M.; PEREIRA, P. S.; LINARD, A. P. **Empreendedorismo**. Juazeiro do Norte - CE: E-Tec Brasil, 2013. 96 p.

CARVALHO, R. N.M. Empreendedorismo: importância econômica e social .Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>>. Acesso em: 01 mar. 2018

CHIAVENATO, I.. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

CUSTÓDIO, T. P. **A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO**. 2011. 60 p. Trabalho de Conclusão de Curso (curso de Administração)- curso de Administração, Centro Universitário Católico Salesiano, LINS – SP, 2011.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. xii, 166 p.

LEITE, E. O Fenômeno do Empreendedorismo, 3 ed, Recife, Bagaço, 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento Estratégico**: conceitos, metodologias e práticas. 30 ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 337.

ORLICKAS, E. **Modelos de gestão**: das teorias da administração à gestão estratégica. São Paulo: IBPEX, 2010.

SANTOS, A. **A Importância do Planejamento nas Empresas de Micro, Pequeno e Médio Portes**. 2010. 37 p. Monografia - curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial, Uiversidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro – RJ, 2010.

SILVA, E. C. B; LEON, M. C. S. **A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO PARA O SUCESSO EMPRESARIAL** Out./Dez. . ed. Curitiba: REC, 2008. p. 975-993 p. v. 12. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/05.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2018.