

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**PROPOSTA DE MODELO DE PLANO DE NEGÓCIO
PARA CASA DE FESTAS INFANTIS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Tássia Bayer Dewes

**Santa Maria, RS, Brasil
2013**

**PROPOSTA DE MODELO DE PLANO DE NEGÓCIO
PARA CASA DE FESTAS INFANTIS**

por

Tássia Bayer Dewes

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Ciências Contábeis**.

Orientador: Profº Ms. Gilberto Brondani

**Santa Maria, RS, Brasil
2013**

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Ciências Contábeis**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

**PROPOSTA DE MODELO DE PLANO DE NEGÓCIO
PARA CASA DE FESTAS INFANTIS**

elaborado por
Tássia Bayer Dewes

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Contábeis

COMISSÃO EXAMINADORA:

Gilberto Brondani, Ms.
(Presidente/Orientador)

Marivane Vestana Rossato, Dra. (UFSM)

Ney Izaguirry de Freitas Junior, Ms. (UFSM)

Santa Maria, 19 de dezembro de 2013.

RESUMO

Trabalho de Graduação
Curso de Ciências Contábeis
Universidade Federal de Santa Maria

PROPOSTA DE MODELO DE PLANO DE NEGÓCIO PARA CASA DE FESTAS INFANTIS

AUTORA: TÁSSIA BAYER DEWES
ORIENTADOR: PROF. MS. GILBERTO BRONDANI
Data e Local da defesa: Santa Maria, 19 de dezembro de 2013

Este trabalho apresenta uma proposta de modelo de plano de negócio para uma empresa do ramo de casa de festas infantis a ser instalada na cidade de São Pedro do Sul/RS, no ano de 2014. Busca-se saber se o mesmo, quando bem estruturado, oferece subsídio suficiente para a decisão do empresário em abrir sua empresa. Procurou-se através de estudos bibliográficos ampliar o conhecimento sobre esta ferramenta e por meio da entrevista aplicada aos empreendedores deste ramo em Santa Maria/RS aprender e autoconhecer sobre o negócio, situação fundamental para quem quer empreender. O plano de negócio é um instrumento de planejamento indispensável para quem quer abrir um negócio ou fazer um novo investimento na empresa existente. No decorrer do trabalho foram estimados os investimentos necessários para a abertura e funcionamento da nova empresa, bem como apurado os custos dos serviços prestados, projetadas as receitas, calculado os tributos incidentes sobre as mesmas, estimados os custos fixos e com depreciação, projetado fluxo de caixa e por fim feita a análise financeira através de indicadores. Por meio da elaboração do plano de negócios ficou evidente que o plano de negócios é uma ferramenta essencial de planejamento antes da abertura de novas empresas, para que o empreendedor situe-se no ambiente de negócios.

Palavras-chave: Negócio. Plano de negócio. Casa de festas infantis. Planejamento.

ABSTRACT

Undergraduate Dissertation
Accounting Course
Federal University of Santa Maria

MODEL BUSINESS PLAN PROPOSAL FOR A CHILDREN'S PARTY ROOM RENTAL

**AUTHOR: TÁSSIA BAYER DEWES
ADVISOR: GILBERTO BRONDANI**

Date and Place of Defense: Santa Maria, December 19, 2013

This paper presents a business plan proposal for a children's party room rental company to be set up in São Pedro do Sul/RS in 2014. We seek to know if it offers enough support for a person's decision to open his own business once it is properly structured. Thus, we aimed at expanding the knowledge about this tool through bibliographic studies, and interviewing the entrepreneurs of this branch in Santa Maria/RS in order to acquire knowledge and learn about the business, which is crucial for anyone who intends to operate. A business plan is an essential tool for anyone planning to start a business or make a new investment in the existing company. In the course of this work, we have estimated the required investment for the opening and operation of the new company. Also, we have calculated the cost of services, projected revenues, calculated the taxes thereon, estimated fixed costs and depreciation, projected cash flow and finally done the financial analysis through indicators. Therefore, with the preparation of the business plan, it became evident this is an essential planning tool before opening new businesses, so that the entrepreneur is situated in the business environment.

Keywords: Business. Business plan. Children's party room rental. planning.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Etapas do plano de negócios	20
Quadro 2 – Sugestão do plano de negócio para pequenas empresas prestadoras de serviços..	21
Quadro 3 – Classificação utilizada pelo SEBRAE para o tamanho das empresas	26
Quadro 4 – Proposta de modelo do plano de negócio para a empresa	33
Quadro 5 – Tipos de festas	38
Quadro 6 – Estimativa de festas	40
Quadro 7 – Localização do negócio	41
Quadro 8 – Capital social	42
Quadro 9 – Dados dos empreendedores	42
Quadro 10 – Fonte dos recursos	45
Quadro 11 – Investimentos fixos.....	46
Quadro 12 – Investimentos pré-operacionais	47
Quadro 13 – Cálculo do prazo médio de vendas e de compras	47
Quadro 14 – Caixa mínimo ou capital de giro	48
Quadro 15 – Investimento total	48
Quadro 16 – Estimativa do custo do bufê infantil.....	50
Quadro 17 – Estimativa de custo e preço de venda do bufê por criança.....	50
Quadro 18 – Estimativa do custo do bufê adulto	51
Quadro 19 – Estimativa de custo e preço de venda do bufê.....	51
Quadro 20 – Festa escolar	52
Quadro 21 – Festa básica.....	52
Quadro 22 – Festa completa	52
Quadro 23 – Apuração do custo dos serviços prestados	53
Quadro 24 – Estimativa do preço de venda.....	54
Quadro 25 – Estimativa do faturamento mensal	54
Quadro 26 – Estimativa de impostos sobre prestação de serviços	55
Quadro 27 – Estimativa do custo de depreciação.....	56
Quadro 28 – Estimativa dos custos fixos operacionais	57
Quadro 29 – Demonstrativo de resultado	58
Quadro 30 – Projeção de fluxo de caixa 1º ano.....	59
Quadro 31 – Projeção do fluxo de caixa mensal para os demais anos	60
Quadro 32 – Projeção do fluxo de caixa anual.....	61
Quadro 33 – Indicadores financeiros	62

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma da empresa.....	43
Figura 2 – Investimento total.....	49
Figura 3 – Projeção dos custos dos serviços prestados	53
Figura 4 – Projeção das receitas	55
Figura 5 – Estimativa dos custos fixos operacionais.....	57
Figura 6 – Projeção de demonstrativo de resultado.....	58

LISTA DE EQUAÇÕES

Equação 1 – Ponto de equilíbrio.....	28
Equação 2 – Retorno sobre investimento total	29
Equação 3 – Média de festas mensais em Santa Maria	40
Equação 4 – Média de festas anuais em Santa Maria.....	40
Equação 5 – Percentual de festas infantis em Santa Maria	40

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice A – Entrevista semiestruturada conduzida às empresas de entretenimento infantil (casas de festas infantis) de Santa Maria	68
Apêndice B – Termo de autorização para gravação da entrevista	69

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	13
2.1 Empreendedorismo	13
2.2 Intraempreendedorismo	14
2.3 Empreendedor	15
2.4 Negócio.....	16
2.5 Plano de negócio	17
2.6 Estrutura do plano de negócio.....	19
2.7 Constituição de empresas.....	22
2.7.1 Empresário.....	22
2.7.2 Sociedade simples	22
2.7.3 Sociedade empresária	23
2.8 Classificação das empresas quanto à receita bruta	25
2.9 O sistema empresa e seus subsistemas	26
2.10 Gestão de empresas	27
2.11 Análise financeira	28
2.11.1 Ponto de equilíbrio	28
2.11.2 Retorno sobre o investimento	29
2.11.3 Prazo de retorno sobre o investimento	29
3 METODOLOGIA	30
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	32
4.1 Características do ramo de entretenimento infantil.....	32
4.2 Proposta de modelo de plano de negócios	32
5 CONCLUSÃO	63
REFERÊNCIAS	65
APÊNDICES	67

1 INTRODUÇÃO

Os empreendedores nascem da idealização de um sonho, da oportunidade do mesmo em se tornar realidade e diante disso, na maioria das vezes, ignoram o contexto em que serão inseridos estes empreendimentos. A falta de um planejamento e de um estudo prévio da capacidade do mercado absorver esta ideia muitas vezes inviabiliza a realização desse sonho.

Diante da dificuldade que muitas empresas sofrem ao iniciar suas atividades e ter que fechar antes mesmo de completar dois anos de sobrevivência, faz-se perceber o quão importante é um estudo prévio sobre o negócio e o mercado em que se pretende atuar. Uma das ferramentas de planejamento existentes capaz de refletir o negócio e o processo de aprendizagem e autoconhecimento é o plano de negócios.

Com o passar dos anos, as festas para comemorar os aniversários estão cada vez mais sofisticadas, não basta aquele bolo com velinhas na sala ou no quintal da casa, onde se reuniam a família e amigos para registrar a passagem de data. Atualmente, são verdadeiros contos de fadas e superproduções que algumas casas especializadas organizam.

Diante disso, percebeu-se a necessidade de um espaço específico para as festas infantis e que agregaria aos pais praticidade e comodidade ao comemorar a data especial dos seus filhos. Soma-se a isto o fato de uma das futuras sócias já trabalhar com crianças, pois é psicopedagoga e também atuar neste mercado de entretenimento infantil, uma vez que aluga uma cama elástica para diversos eventos (aniversários, confraternizações escolares, casamentos, formaturas, etc.).

Partindo da necessidade do mercado e identificada a oportunidade de negócio surgiu à ideia de implantar uma casa de festas infantis, na cidade de São Pedro do Sul, já que não existe empresa especializada para atender este mercado, diante disso, é importante a elaboração de um plano de negócios para verificar a possibilidade de implantação da empresa.

Nesta conjuntura, o tema abordado no presente estudo é a elaboração de uma proposta de modelo de plano de negócios para um empreendimento do ramo de casa de festas infantis, em São Pedro do Sul, Rio Grande do Sul. Busca-se saber se o mesmo, quando bem estruturado, oferece subsídio suficiente para a decisão do empresário em abrir sua empresa.

Sendo assim, para obter a solução para o problema de pesquisa delineou-se como objetivo geral a formalização de um plano de negócio para visualizar a possibilidade de atuação de uma empresa do ramo de casa de festas infantis.

Para atingir tal objetivo estabelecido, foram delineadas algumas etapas de um plano de negócio. Constituindo assim, os objetivos específicos, dentre eles: estudar o plano de negócios; descrever sobre o negócio a ser implantado; levantar os custos para implementação do empreendimento; desenvolver e propor um modelo de plano de negócios; e analisar se a ferramenta plano de negócios oferece subsídios para a decisão de instalação da empresa.

Dessa maneira, o presente trabalho justifica-se, pois ainda é elevada a taxa de mortalidade de novas empresas. Segundo o SEBRAE (2011), esse índice é de 23,9% em relação às empresas constituídas em 2006. Já em relação à região sul, região em que o empreendimento será implantado, a porcentagem é superior, chegando a 28,3%.

Acrescenta-se ainda a necessidade de aprimoramento e de conhecimento do futuro empreendedor sobre o negócio e o contexto no mercado que pretende atuar, possibilitando assim melhor visão da realidade do mesmo. Além de que, o empreendimento em estudo é uma inovação na cidade, pois ainda não existe nenhuma empresa neste setor de entretenimento infantil.

O estudo está dividido em cinco capítulos. O primeiro refere-se à introdução do mesmo, que faz uma abordagem geral do tema trabalhado. O segundo apresenta de forma mais abrangente aspectos relacionados com o tema, sendo este, a revisão bibliográfica, e está composto de assuntos como o empreendedorismo no Brasil, o intraempreendedorismo, a conceituação de alguns termos como empreendedor, negócio, plano de negócio, a estrutura do plano de negócio, aspectos relacionados com a constituição e classificação das empresas, o sistema empresa, gestão financeira e por fim, análise financeira.

O terceiro capítulo é composto pela metodologia aplicada ao estudo. Já o quarto capítulo está desenvolvido o estudo de caso, ou seja, a proposta de modelo de plano de negócio propriamente dito que descreve as seções do plano. No quinto e último capítulo é apresentada a conclusão deste trabalho.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo será abordada a revisão bibliográfica em livros, artigos e teses a fim de dar subsídio teórico sobre o assunto, para fundamentar o estudo de caso que posteriormente será elaborado.

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo passou a ser mais difundido no Brasil a partir da década de 1990, quando foram criadas entidades como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) - incentivo à exportação de software nacional. Antes disso pouco se falava em empreendedorismo, no Brasil, e foi a presença dessas entidades juntamente com universidades e incubadoras de empresas que se sobreveio despertarem o tema. Para Dornelas (2005, p. 17), existem fatores que podem explicar esse súbito interesse pelo tema:

[...] a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade de diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe.

Segundo Mendes (2009, p. 13) empreendedorismo é o “processo de criação de valor e mudança de comportamento no mundo dos negócios por meio da inovação de serviços ou produtos oferecidos”.

O empreendedorismo trata do grande tema de Criação de Empresas, mas abrange também: a geração do autoemprego; o empreendedorismo comunitário (como as comunidades empreendem); o intraempreendedor (empregado empreendedor); e as políticas públicas para estimular este grande tema. Sabe-se ainda que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, é fruto dos comportamentos e valores das pessoas em um determinado meio – por esse motivo esta ação se preocupa, fundamentalmente, com a formação da pessoa, do empreendedor capaz de impulsionar a economia e a sociedade em que vive. (SEBRAE, 2004b, p. 136).

Neste mesmo sentido Dornelas (2005, p. 39) afirma que o “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Atualmente, pode-se dizer que o empreendedorismo é resultado dos elevados índices de desemprego, que acabou acarretando no crescimento de novas empresas como alternativa à falta de emprego e necessidade de sobrevivência. Diante disso, surge à figura do empreendedor, aquele funcionário que agora se tornou patrão na busca da realização de um sonho ou simplesmente ser dono do próprio negócio.

Com isso, os empreendimentos são iniciados, muitas vezes, sem um planejamento prévio e estudo aprofundado do mercado que se deseja atuar. Sendo assim, refletindo no índice de mortalidade dessas pequenas empresas, que hoje, segundo o SEBRAE (2011) é de 23,9% em relação às empresas constituídas em 2006. Já em relação à região sul, a porcentagem é superior, chegando a 28,3%.

2.2 Intraempreendedorismo

O intraempreendedorismo começou a ser difundido nos Estados Unidos, na década de 80, no intuito de desmistificar o conceito de que para ser empreendedor necessita abandonar o emprego, e diante disso, passou-se a discutir a possibilidade de criar mecanismos e oferecer reconhecimento às atitudes empreendedoras dentro das empresas, com o objetivo de reter os funcionários capazes de criar a inovação dentro das próprias organizações.

Segundo Pinchot e Pellman (2004, p. 19) “a inovação rápida e econômica é o principal tipo de vantagem competitiva permanente no século XXI”. Sendo assim, o intraempreendedorismo surge como alternativa de fazer a inovação acontecer dentro das organizações. Pinchot e Pellman (2004, p. 20) ainda afirmam que “toda inovação, pequena ou grande, requer uma dose de coragem, certa visão e o desejo de se comprometer e fazer acontecer. A persistência desmedida e a imaginação prática do intraempreendedor são essenciais para o sucesso de qualquer ideia nova”.

Conforme Dornelas (2003, p. 38) “empreendedorismo corporativo é o processo pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro da organização existente”.

O processo de empreendedorismo corporativo necessita de alguns fatores internos na organização para que aconteça. Segundo Dornelas (2003) o fundamental deles é a oportunidade, dentre outros, pode-se citar os recursos que a empresa dispõe e que serão utilizados para a execução desta oportunidade e o principal, a equipe que colocará tudo isso em prática, ou seja, os empreendedores corporativos ou intraempreendedores. Qualquer

programa de intraempreendedorismo deve estar alinhado ao objetivo estratégico da organização.

Este tipo de empreendedorismo é uma forma melhor de fazer a inovação ocorrer nas empresas já estabelecidas e que desejam transformar as ideias em oportunidades e com isso, se diferenciar na oferta dos produtos e serviços, obtendo rentabilidade maior e conquistando ou mantendo a fatia de mercado desejada.

2.3 Empreendedor

O empreendedor é aquele capaz de transformar as ideias em oportunidades. Para tanto, eles identificam as necessidades do mercado que pretendem satisfazer, e após idealizam produtos os serviços capazes de saná-las. Diante disso, há necessidade de destacar alguns conceitos a respeito do assunto.

Dornelas (2005, p. 29) afirma que “a palavra empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. Segundo Mendes (2009) uma das maiores referências na conceituação do empreendedorismo foi Joseph Schumpeter, que afirmava que a força-motriz do progresso era a inovação e seus respectivos agentes, os empreendedores, movidos pelo sonho e pela vontade de fundar um reino particular.

De acordo com Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2005, p. 39) “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Para Chiavenato (2008, p. 3) “empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Dornelas (2005, p. 21) afirma que “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonados pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.”

Segundo Mendes (2009, p. 9) “o legítimo empreendedor move o mundo, faz girar a economia, sente prazer em contribuir e inovar. É um ser movido a realizações de toda ordem e não mede esforços para alcançar seus objetivos”.

Chiavenato (2008, p. 4) afirma que:

os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento.

Fialho et al. (2007, p. 26) afirmam que os empreendedores “são os agentes responsáveis pelo desencadeamento e condução do processo de criação de unidades produtivas, bem como pelo crescimento socioeconômico de um país”.

Para Chiavenato (2008, p. 7) “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”. Diante disso percebe-se que transformam ideias em realidade.

Conforme Mirshawka (2003, p. 90):

o empreendedor é uma pessoa criativa que possui um alto nível de energia e demonstra sempre um elevado grau de perseverança e imaginação. Isto, combinado com a sua disposição para correr riscos moderados e calculados, capacita-o a transformar o que comumente se inicia com uma ideia muito simples e mal estruturada em algo concreto e vitorioso no mercado.

Ao abordar diversos conceitos, pode-se perceber que o empreendedor é um agente de mudança, que corre riscos calculados, na busca de transformar suas ideias em realizações e ainda assim, contribuir para o desenvolvimento socioeconômico por meio da geração de empregos.

2.4 Negócio

O processo de definição de negócio é essencial para o desenvolvimento de um plano de negócio. Diante dessa necessidade, citam-se aqui alguns conceitos referentes a este tema. De acordo com o SEBRAE (2004b, p. 139) negócio é o “empreendimento planejado, estruturado e concebido com fins lucrativos”.

Para Chiavenato (2008, p. 24) “negócio é um esforço organizado por determinadas pessoas para produzir bens e serviços, a fim de vendê-los em um determinado mercado e alcançar recompensa financeira pelo seu esforço”. Chiavenato (2008, p. 26) ainda afirma que “o objetivo de um negócio é produzir e vender com lucro produtos/serviços que satisfaçam necessidades e desejos da sociedade”.

Fialho et al. (2007, p. 38) destaca que “não existe negócio sem riscos. O empreendedor precisa saber conviver com os riscos, calculá-los e avaliar alternativas para que a empresa possa sobreviver a eles, administrando-os com competência, ou seja, gerenciá-los avaliando as reais chances de sucesso”.

Seguindo a conceituação de negócio, percebe-se que muitos autores abordam negócios e empresas como similares, diante disso cabe descrever a visão de Maximiano (2006, p. 7) sobre o conceito de empresa: “uma empresa é uma iniciativa que tem o objetivo de fornecer produtos e serviços para atender a necessidades de pessoas, ou de mercados, e com isso obter lucro”.

Conforme Chiavenato (2008, p. 42) “todo negócio acontece graças a uma reunião de esforços. Exige a conjunção de vários *stakeholders*, isto é, grupos influenciadores/interessados no negócio que participam direta ou indiretamente do seu sucesso”. Alguns desses *stakeholders* são: o acionista, o empregado, o cliente, o fornecedor, a sociedade.

Sendo assim, tem-se o negócio como um esforço organizado, planejado e estruturado que visa obter recompensas financeiras através do esforço despendido para fornecer os produtos e serviços, buscando satisfazer as necessidades dos clientes.

2.5 Plano de negócio

O plano de negócio é uma ferramenta capaz de subsidiar a decisão do empreendedor. Sendo uma das maneiras de planejar o negócio, minimizando a mortalidade de novas empresas, aprimorando o conhecimento do empreendedor sobre o negócio e o contexto do mercado em que está inserido o mesmo.

Segundo Drucker (2005, apud MENDES, 2009, p. 193) “a melhor maneira de prever o futuro é criá-lo. Portanto, ao elaborar um plano de negócio, o empreendedor está praticamente criando o futuro que deseja para a sua vida e para o seu negócio”.

De acordo com Gottry (2005, p. 43) “um grande número de erros que acarretaram custos e fracassos nos negócios poderiam ser evitados se os empreendedores prestassem atenção aos seguintes componentes: planejamento prudente, bom senso e informação atualizada”. Diante disso, vale destacar a importância do plano do negócio que se pretende desenvolver e implementar.

Segundo o SEBRAE (2004a, p.10):

um plano de negócio é um documento que descreve (por escrito) quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Nesse mesmo sentido, Dornelas (2005, p. 98) afirma que “o plano de negócio é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios”.

Para o SEBRAE (2004a, p.10): “o plano irá ajudá-lo a concluir se a sua ideia é viável e a buscar informações mais detalhadas sobre o seu ramo, os produtos e serviços que pretende oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio”.

Segundo Dornelas (2005, p. 93) “[...] o plano de negócio é parte fundamental do processo empreendedor”. Ele ainda afirma que no Brasil se disseminou o plano de negócio através do programa Softex (1990), da explosão da internet (1999) e do Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal. Ressalta-se ainda que inicialmente este plano foi voltado à captação de recursos financeiros para o empreendimento, porém, na visão do autor é muito mais que isso, é uma ferramenta de gestão com múltiplas aplicações.

Ainda neste mesmo sentido o SEBRAE (2004b, p.139) define o plano de negócio como a “representação de um processo de planejamento que deve refletir claramente qual é o negócio e suas estratégias (objetivos, posicionamento, etc.). Este plano pode ser utilizado como ferramenta de gestão e um forma de apresentação da própria empresa”.

A importância da elaboração de um plano de negócio para uma empresa nova ou para aquela já existente, consiste no fato de que oferece subsídio para a decisão, seja ela de abrir a nova empresa; seja de aumentar sua infraestrutura; ou ainda de obter recursos em instituições financeiras. É uma ferramenta capaz de traduzir os passos necessários para a implementação ou a mudança do negócio, de forma sucinta, demonstrando as potencialidades e os riscos que o mesmo oferece, e também a viabilidade e probabilidade de atuação no mercado.

2.6 Estrutura do plano de negócio

O plano de negócio pode ser apresentado de diversas maneiras. Não existe um modelo padrão de plano de negócios que seja universal e que se aplique a todos os tipos de empresas. O SEBRAE apresenta vários caminhos para um bom planejamento, ou seja, aquele capaz de retratar a realidade sólida, e com isso ser utilizado para vender o negócio, captar recursos junto a instituições financeiras, estabelecer alianças com futuros investidores, entre outros.

Dornelas (2005, p. 96) assegura que “essa ferramenta de gestão pode e deve ser usada por todo e qualquer empreendedor que queira transformar seu sonho em realidade, seguindo o caminho lógico e racional que se espera de um bom administrador”.

Segundo SEBRAE (2004b) um dos caminhos seria: estabelecer as competências essenciais do negócio, a missão e a visão; os modelos organizacional, operacional, financeiro e de marketing; e por último o capital de risco.

Para Maximiano (2006, p. 194) “o plano de negócios projeta a imagem da empresa que ainda não existe, mas que se sabe como será, para que se possa analisar antecipadamente os problemas a ser resolvidos e tomar decisões”.

Segundo Dornelas (2005, p.99), através do plano de negócios há possibilidade de:

- Entender e estabelecer diretrizes para o negócio;
- Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas;
- Monitorar o dia a dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário;
- Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, SEBRAE, investidores, capitalistas de risco, etc.;
- Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa;
- Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associações, etc.).

Objetivando esclarecer cada etapa do plano de negócios e proporcionar maior entendimento das suas seções encontra-se a seguir a descrição sucinta de cada uma delas, conforme Quadro 1.

Etapa	Descrição
Capa	É uma das seções mais importantes devendo conter informações necessárias e pertinentes, de maneira limpa e atrativa, pois é a primeira impressão que se tem do plano de negócio.
Sumário	Visa facilitar ao leitor do plano de negócios a encontrar o que lhe interessa, pois nele está o título e a página respectivamente, de cada seção.
Sumário executivo	É a principal seção, onde se realiza uma síntese de tudo que será abordado no plano de negócios. Deve ser a última seção escrita, pois depende das demais para ser elaborado; necessita estar direcionado ao público alvo (investidor, instituição financeira, etc.) e, é a partir deste que o leitor decidirá se continua ou não lendo o plano de negócios.
Análise estratégica	Esta seção informa os rumos da empresa, qual a missão e visão, análise externa (oportunidades e ameaças), análise interna (pontos fortes e fracos), seus objetivos e metas.
Descrição da empresa	Contém o histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos, a razão social, estrutura gerencial, legal e funcional, localização, parcerias, serviços terceirizados, segurança, manutenção dos registros, parceiros estratégicos, etc.
Produtos e serviços	Destina-se a descrição dos produtos e serviços, de como os mesmos são produzidos, o ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, etc. Quando possível deve incluir informação a respeito da satisfação do cliente, dando uma visão do nível de qualidade percebida nos produtos e serviços.
Plano operacional	Engloba ações que a empresa quer desenvolver no processo produtivo, deve ser informações atuais e previstas.
Plano de recursos humanos	Nesta seção devem ser abordados os planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa. Além de apresentar o nível educacional e a experiência dos funcionários em geral (executivos, gerentes, funcionários operacionais), apontando os esforços da empresa na formação do seu pessoal.
Análise de mercado	Busca-se nesta seção demonstrar o conhecimento dos executivos da empresa em relação ao mercado consumidor dos produtos e serviços da empresa, saber como está segmentado, o seu crescimento, as características
Estratégia de marketing	Demonstrar como a empresa deseja vender seu produto e serviço, conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda.
Plano financeiro	Esta seção deve traduzir o plano de negócios em números, contendo balanço patrimonial, demonstrativo de resultado, projeção de fluxo de caixa, análise do ponto de equilíbrio, necessidade de investimentos, análise de indicadores financeiros do negócio (projeção de faturamento, lucratividade, margem de contribuição, taxa interna de retorno, <i>payback</i> , etc.).
Anexos	Informações adicionais que se julgam importantes para melhor entender o plano de negócios. É aqui que se inclui a relação dos <i>curriculum vitae</i> dos sócios e dirigentes da empresa. Também se podem adicionar fotos, plantas de localização, resultados da pesquisa de mercado, questionários utilizados, contrato social da empresa, e tudo que se achar relevante para a explicação do mesmo.

Quadro 1 - Etapas do plano de negócios

Fonte: Dornelas (2005)

Ainda, analisando as estruturas propostas por Dornelas (2005, p. 104-105), segue a sugestão de estrutura para as pequenas empresas prestadoras de serviços, representada no Quadro 2.

1. Capa
2. Sumário
3. Sumário Executivo
4. O Negócio
4.1 Descrição do Negócio
4.2 Descrição dos Serviços
4.3 Mercado
4.4 Localização
4.5 Competidores (concorrência)
4.6 Equipe Gerencial
4.7 Estrutura Funcional
5. Dados Financeiros
5.1 Fonte de Recursos Financeiros
5.2 Investimentos Necessários
5.3 Balanço Patrimonial (projetado para três anos)
5.4 Análise do Ponto de Equilíbrio
5.5 Demonstrativo de Resultados (projetado para três anos)
5.6 Projeção de Fluxo de Caixa (horizonte de três anos)
5.7 Análise de Rentabilidade
6 Anexos

Quadro 2 – Sugestão do plano de negócio para pequenas empresas prestadoras de serviços
Fonte: Dornelas (2005, p. 104-105)

Este modelo para pequenas empresas prestadoras de serviços busca facilitar a compreensão dos futuros empreendedores sobre o novo negócio, de forma a expor as ideias em uma linguagem simples e concisa sobre o ramo de negócio que se pretende atuar. É um modelo resumido, visto que algumas seções do plano de negócio podem ser suprimidas, já que são dispensáveis para este tipo de negócio ou público alvo a quem se destina, uma vez que cada empreendimento tem suas particularidades e semelhanças.

A estrutura do plano de negócio não é rígida e específica, cada negócio é peculiar, sendo difícil impor um modelo padrão aplicado a qualquer empresa. Sendo assim, o importante é obter como resultado um plano completo e compacto, capaz de descrever a essência do negócio e atender as necessidades do público alvo.

2.7 Constituição de empresas

Para a abertura de empresas alguns aspectos legais devem ser analisados. Dentre eles, o tipo de sociedade que se quer constituir.

Segundo Chiavenato (2008, p. 95) as empresas podem estar classificadas em dois grandes grupos:

Do ponto de vista jurídico, as sociedades podem ser classificadas em duas formas jurídicas básicas: o empresário e a sociedade empresária. A primeira forma é representada por um único proprietário; a segunda é decorrência da associação de duas ou mais pessoas, que constituem uma entidade com personalidade jurídica distinta daquela dos indivíduos que a compõem.

2.7.1 Empresário

Segundo Chiavenato (2008, p. 95) “o conceito de empresário reúne dois elementos conjuntos: atividade econômica e um estabelecimento. Assim, o empresário exerce profissionalmente uma atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou serviços”.

2.7.2 Sociedade simples

Maximiano (2006, p. 31) caracteriza como sociedade simples aquela “formada por pessoas que exercem profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, mesmo se contar com auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento da empresa”.

Nesse sentido, Chiavenato (2008, p. 97) afirma que a sociedade simples “é a sociedade constituída por pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício da atividade econômica e a partilha entre si dos resultados, não tendo por objeto o exercício da atividade própria de empresário”.

Este tipo de sociedade veio substituir a firma individual e também a sociedade de capital e indústria.

2.7.3 Sociedade empresária

Para Chiavenato (2008, p. 101) “as firmas empresárias podem apresentar-se sob diferentes formas, de acordo com os interesses dos sócios e do tipo de negócio”.

Maximiano (2006, p. 31) afirma que a sociedade empresária “é aquela que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção e circulação de bens ou serviços, constituindo elemento da empresa”. Este tipo de constituição jurídica tem registro na Junta Comercial do seu respectivo estado e é considerada como pessoa jurídica.

As principais formas de sociedades empresárias segundo Chiavenato (2008) são: sociedade em nome coletivo, sociedade em comandita simples, sociedade em comandita por ações, sociedade limitada e sociedade anônima. Cabe conceituar resumidamente cada uma delas.

2.7.3.1 Sociedade em nome coletivo

Conforme Chiavenato (2008, p. 101) “é uma associação de duas ou mais pessoas, operando sob um nome ou firma em comum (seja comercial ou industrialmente), ficando os sócios responsáveis solidariamente pelos direitos e obrigações da firma, sem qualquer limite de valor”.

2.7.3.2 Sociedade limitada

Conforme Chiavenato (2008, p. 102) “é uma associação de duas ou mais pessoas, cuja responsabilidade diante dos direitos e das obrigações da firma é limitada ao valor do capital registrado em seu contrato social”.

Segundo Maximiano (2006, p. 31) “a responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas cotas – o capital social está dividido em cotas, iguais ou desiguais, cabendo uma ou diversas a cada sócio –, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social”.

Dornelas (2005, p. 212-213) cita algumas características deste tipo de sociedade, dentre elas:

Rege-se pelo novo Código Civil e, nos casos omissos, pelas Normas da Sociedade Simples, ou pelas da Sociedade Anônima se assim o contrato social estabelecer; os sócios não poderão distribuir lucros ou realizar retiradas, se distribuídos com os prejuízos do capital; pela exata estimação de bens conferidos ao capital social respondem solidariamente todos os sócios, até o prazo de cinco anos da data do registro da sociedade.

2.7.3.3 Sociedade em comandita por ações

Segundo Dornelas (2005, p. 213) este tipo de sociedade “é mais utilizada por grandes empreendimentos, por conferir maior segurança aos seus acionistas, por meio de regras mais rígidas [...]. Este sociedade é regida pela Lei nº 6.404/76 e nos casos omissos, pelas disposições do novo Código Civil”.

Conforme Maximiano (2006, p. 31) “as principais peculiaridades das sociedades em comanditas por ações são: somente acionistas podem ocupar cargos de gerência e diretoria, sendo nomeados pelo estatuto, e não podem lançar títulos no mercado de valores mobiliários”.

Para Chiavenato (2008, p. 101):

O capital social é dividido em ações; apresenta as duas classes de sócios – os sócios comanditários e os sócios comanditados –, que são os acionistas que subscreveram suas ações; [...] trata-se uma forma de sociedade rara em nosso país, já que a sociedade anônima a substitui com inúmeras vantagens.

2.7.3.4 Sociedade em comandita simples

Conforme Chiavenato (2008, p. 101) “[...] trata-se de uma sociedade na qual os sócios comanditários entram com o capital e respondem limitadamente até um certo ponto, enquanto os sócios comanditados entram com o capital e o trabalho e respondem ilimitadamente”.

2.7.3.5 Sociedade anônima

Este tipo de sociedade é regido pela Lei n. 6.404/76 e, nos casos omissos, pelo novo Código Civil. Chiavenato (2008, p. 103) define que:

a sociedade anônima (S.A.) é uma associação na qual o capital social é dividido em ações (nominais ou ao portador) de um mesmo valor nominal, constituído mediante subscrições. Cada pessoa adquire (subscrive) o numero de ações que lhe convier, tornando-se acionista da sociedade anônima.

Por fim, Chiavenato (2008, p. 107) afirma:

a escolha da forma ou espécie de firma de sociedade a ser utilizada depende de um conjunto de fatores relacionados entre si, tais como a capacidade financeira dos sócios, o volume de capital necessário para negocio, o tipo de produto/serviço que pretendem produzir, o risco maior ou menos do negocio etc. Assim, com base nesses fatores é que se pode escolher a forma ou espécie de sociedade a ser utilizada.

2.8 Classificação das empresas quanto à receita bruta

As micro e pequenas empresas estão definidas em lei, enquanto que a classificação das médias e grandes empresas varia de acordo com critérios de outros órgão.

Segundo a Lei complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, a classificação em micro e pequenas empresas é em relação à renda bruta auferida, porém o limite foi alterado pela Lei complementar 139, de 10 de novembro de 2011 .

Sendo assim, consideram-se:

Art. 3 ° Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei n ° 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais);

II - no caso da empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

Segundo Chiavenato (2008) para o enquadramento de empresas em médio e grande porte, existem outros inúmeros critérios universalmente aceitos, como o número de empregados, o volume de vendas, o valor dos ativos, o volume de depósitos, etc. O SEBRAE utiliza-se do parâmetro mais utilizado, o número de empregados.

Classificação (porte)	Número de empregados	
	Indústria	Comércio e Serviços
Pequena empresa	20 a 99	10 a 49
Média empresa	100 a 499	50 a 99
Grande empresa	500 ou mais	100 ou mais

Quadro 3 – Classificação utilizada pelo SEBRAE para o tamanho das empresas
 Fonte: Chiavenato (2008, p. 47)

2.9 O sistema empresa e seus subsistemas

Para Figueiredo e Caggiano (1997) entende-se como empresa o conjunto de recursos, quais sejam econômicos, sociais e humanos que tem por finalidade o bem estar da sociedade e consequentemente a obtenção de lucro. Já como sistema, tem-se como uma unidade de papel independente e que apresenta os seus objetivos e funções internas. Sendo assim, a empresa é considerada um sistema aberto uma vez que sofre influências do ambiente onde está inserida e interage com o mesmo.

Os objetivos da empresa podem ser classificados em econômicos e sociais. Os primeiros buscam a maximização da eficiência no processo de conversão de recursos; enquanto que os últimos dizem respeito à interação dos objetivos de cada participante nas atividades da empresa.

Conforme Catelli (1999, p. 54) “o caráter econômico de uma atividade decorre do consumo de recursos que por serem escassos, possuem valor econômico, e da geração de produtos/serviços, que também o possuem, por causa da utilidade ou satisfação que proporcionam a seus clientes”. Diante disso, a empresa repassa os produtos para seus clientes na busca de recuperar o valor investido e ainda remunerar o excedente deste valor.

O sistema empresa é composto de outros conjuntos de elementos, os seus subsistemas: institucional, físico, social, organizacional, de gestão e, de informação. O subsistema institucional é aquele constituído pelos valores, crenças e missão dos proprietários da empresa. Segundo Catelli (1999, p. 55) este subsistema “engloba o modelo de gestão da empresa”, ou seja, orienta toda a organização e os demais componentes do sistema empresa para os resultados desejados.

O subsistema físico é aquele que apresenta os elementos materiais do sistema empresa, indispensáveis para o desempenho das funções do elemento humano. Enquanto que o subsistema social é o conjunto dos elementos humanos na empresa, com todas suas características (criatividade, motivação).

O subsistema organizacional refere-se à estrutura da empresa, sua forma de divisão, departamentalização, definição de autoridade, responsabilidade, adaptação da estrutura, ou seja, como são conglomeradas as atividades. Já o subsistema de gestão ou administração, é responsável pela dinâmica do sistema, por meio da orientação das atividades, como de planejamento, controle, execução, gerenciamento a fim de a empresa alcançar seus propósitos. Por último, o subsistema de informação que dá suporte ao planejamento e controle através da obtenção, processamento e geração de informações necessárias para a execução e gestão da empresa.

O conjunto desses subsistemas forma o sistema empresa, que por sua vez está inserido em outro sistema maior, o ambiental, que engloba outras organizações, pessoas e entidades, com as quais interage no intuito de satisfazer a necessidade do ambiente, que por sua vez está composto de fornecedores, clientes, consumidores, governo, etc.

2.10 Gestão de empresas

O gestor é a pessoa capaz de conduzir a estratégia de uma organização, através do estabelecimento de políticas e metas para o alcance dos objetivos da instituição, sendo assim, pode-se dizer que a gestão está estritamente relacionada ao direcionamento estratégico de uma instituição, utilizando-se para isso da criatividade, observação da realidade e reflexão.

Segundo Catelli (1999, p. 57) a gestão empresarial é “responsável por sua dinâmica, pela qualidade de suas respostas ao ambiente, pela manutenção de um equilíbrio em sua estrutura, bem como pela definição de seus objetivos. Enfim, a gestão empresa é responsável pela eficácia do sistema empresa”.

A gestão de empresas é capaz de equilibrar as relações da instituição com o ambiente e com as demais partes constituintes, os seus subsistemas, no intuito de assegurar a continuidade e o cumprimento da sua missão, e o desenvolvimento e otimização dos resultados. Um dos elementos essenciais para atingir a eficácia dos gestores e da empresa é o modelo de gestão utilizado, o mesmo integra o subsistema institucional de uma empresa.

Segundo Figueiredo e Caggiano (1997, p. 30):

Um modelo de gestão poderia ser definido como um conjunto de princípios e definições que decorrem de crenças específicas e traduzem o conjunto de ideias, crenças e valores dos principais executivos, impactando assim todos os demais subsistemas empresariais; é, em síntese, um grande modelo de controle, pois nele

são definidas as diretrizes de como os gestores vão ser avaliados, e os princípios de como a empresa vai ser administrada.

Por fim, pode-se dizer que um modelo de gestão sofre a influência das crenças e valores dos seus principais administradores, diante disso, percebe-se que as mudanças que ocorrem nos gestores mudam também o modelo de gestão da empresa, e com isso, pode estar comprometendo o cumprimento da sua missão.

2.11 Análise financeira

Segundo Dornelas (2005, p. 162) “a parte financeira é, para muitos empreendedores, a mais difícil do plano de negócios. Isso porque ela deve refletir em números tudo o que foi escrito até então nas outras seções do plano [...]”.

Os números se refletem em alguns demonstrativos que devem constar em um plano de negócios: balanço patrimonial, demonstração do resultado, fluxo de caixa mensal, projetados no mínimo para três anos. E então a partir disso, analisar financeiramente o empreendimento.

Diante desta constatação do autor, cabe estudar de forma sucinta alguns dos métodos de análise de viabilidade do negócio e do retorno financeiro esperado.

2.11.1 Ponto de equilíbrio

Para Dolabela (2006, p. 225) “o ponto de equilíbrio corresponde ao nível de faturamento para que a empresa possa cobrir, exatamente, seus custos, ou seja, atingir lucro operacional igual à zero. Acima do ponto de equilíbrio, a empresa terá lucro e, abaixo dele, incorrerá em prejuízo”.

Segundo Maximiano (2006, p. 175) o ponto de equilíbrio “é um poderoso instrumento para o empreendedor, que passa a enxergar em que momento seu empreendimento começa a dar lucro ou mesmo prejuízo”.

O cálculo do ponto de equilíbrio financeiro é dado pela Equação 1:

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo} - \text{Depreciação}}{1 - (\text{Custo variável}/\text{Receita total})} \quad (1)$$

2.11.2 Retorno sobre o investimento

Conforme Chiavenato (2008, p. 257) “qualquer negócio implica a aquisição de bens para fabricar um produto ou prestar um serviço [...]. Assim, é importante verificar se esse investimento está produzindo resultados”.

Para Maximiano (2006, p. 175) o retorno sobre o investimento total “mede, em termos percentuais, a rentabilidade obtida na utilização dos ativos da empresa por meio da relação entre o lucro líquido e o ativo total”.

Esta relação é dada pela Equação 2:

$$\text{Retorno sobre investimento total} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Ativo total}} \quad (2)$$

Segundo Guerreiro (2006, p. 44) “o indicador decisivo para se avaliar a rentabilidade de um negócio é o retorno sobre o investimento”.

2.11.3 Prazo de retorno sobre o investimento

O prazo de retorno é o tempo necessário para recuperar o investimento inicial realizado na empresa, apesar de não considerar o valor do dinheiro no tempo e também desconsiderar o que acontece após o período de retorno do investimento, aplica-se por ser um método simples de avaliação, e conseqüentemente rejeitam-se alternativas com longos prazos de retorno.

Conforme Braga (2010, p. 283) o cálculo do prazo é simples:

Se essas entradas líquidas de caixa forem uniformes, bastará dividir o investimento inicial pelas entradas anuais de caixa, quando as entradas anuais forem desiguais, estas deverão ser acumuladas até atingir o valor do investimento, apurando-se o prazo de retorno.

Por fim, cabe ressaltar que não foram elucidados outros métodos de análise financeira, pois não serão avaliados no presente estudo.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é um procedimento planejado com o objetivo de dar respostas para os problemas propostos. Para Lakatos e Marconi (2001, p. 110) “a finalidade da pesquisa científica não é apenas um relatório ou descrição de fatos levantados empiricamente, mas o desenvolvimento de um caráter interpretativo, no que se refere aos dados obtidos”. Diante disso, pode-se classificar a pesquisa quanto seus objetivos gerais, seus delineamentos, métodos utilizados, abordagem e as técnicas de coleta de dados.

Segundo Gil (2002, p. 41) “é possível classificar as pesquisas em três grandes grupos: exploratórias, descritivas e explicativas”. O presente estudo classifica-se, quanto aos objetivos gerais, como uma pesquisa exploratória, uma vez que visou maior familiaridade com o problema, envolveu levantamento bibliográfico, buscou saber mais sobre o plano de negócios, aplicou-se entrevista com alguns empreendedores do setor em Santa Maria/RS, buscou-se assessoria técnica do SEBRAE e pesquisa dos valores de mercado dos produtos em sites e contatos telefônicos, e por último, propôs a elaboração de um plano de negócios.

Rodrigues (2006, p. 90) diz que a pesquisa exploratória “é uma pesquisa inicial, preliminar, cujo principal objetivo é aprimorar ideias, buscar informações sobre um determinado assunto ou descobrir um problema para estudo”.

Nesse mesmo sentido, Severino (2007, p. 123) afirma que “a pesquisa exploratória busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto”.

No que se refere ao delineamento utilizado em uma pesquisa, aquele adotado para obter à coleta de dados, Gil (2002, p. 43) divide em dois grandes grupos:

Aqueles que se valem das chamadas fontes de “papel” e aqueles cujos dados são fornecidos por pessoas. No primeiro grupo, estão a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. No segundo, estão a pesquisa experimental, a pesquisa *ex-post facto*, o levantamento e o estudo de caso.

O presente estudo enquadra-se em uma pesquisa bibliográfica, uma vez que se fundamentou em livros para investigar um fenômeno. Para Severino (2007, p. 122) “a pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc.”.

As pesquisas podem ser classificadas em quantitativa e qualitativa dependendo da abordagem do problema que se pretende desenvolver. Em relação à pesquisa quantitativa

Rodrigues (2006, p. 89) afirma que “está relacionada à quantificação, análise e interpretação de dados obtidos mediante pesquisa, ou seja, o enfoque da pesquisa está voltado para análise e a interpretação de resultados, utilizando-se da estatística”. Diante disso, pôde-se classificar o presente estudo em uma abordagem quantitativa, uma vez que realizou o estudo dos dados e a partir disso estimou-os quantitativamente através de análise e interpretação dos resultados e representações gráficas.

Este estudo utilizou-se do método dedutivo, onde se partiu de teorias mais abrangentes e para ter constatações mais particulares. Para Lakatos e Marconi (2001, p. 106) “o método se caracteriza por uma abordagem mais ampla, em nível de abstração mais elevado, dos fenômenos da natureza e da sociedade”.

Quanto à técnica de coleta de dados, empregou-se a entrevista semiestruturada (vide Apêndice A), visto que o pesquisador utilizou-se de um roteiro e também se obtiveram os dados através de um discurso livre do pesquisado sobre o que pensam a propósito do tema, de maneira descontraída. A amostra pesquisada foi cinco empresas de empreendimentos do setor de entretenimento infantil de Santa Maria/RS, procurando saber como funcionam as empresas deste ramo, e como o negócio é estruturado. Também se obtiveram dados por meio de uma conversa com uma das investidoras, pois a mesma trabalha em uma escola infantil e com isso auxiliou no cálculo da estimativa de consumo das crianças referente aos itens que compõem o bufê, visto que ocorrem festas infantis na escola.

Para Lakatos e Marconi (2001) a entrevista é uma observação direta intensiva que se utiliza de uma conversa realizada frente a frente com a pessoa entrevistada, com uma metodologia definida que busca aprender e analisar sobre o assunto estudado.

Já Severino (2007, p. 124) afirma que é “técnica de coleta de informações sobre um determinado assunto, diretamente solicitadas aos sujeitos pesquisados. Trata-se, portanto, de uma interação entre pesquisador e pesquisado”.

Após a análise das entrevistas, têm-se então de forma clara os objetivos do negócio e quais passos se fazem necessários perfazer para atingi-los. Os dados obtidos serviram de base para a elaboração da proposta de plano de negócio para empresa do ramo de entretenimento infantil, que se situará na cidade de São Pedro do Sul.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta o plano de negócio desenvolvido para a casa de festas infantis, empresa que se pretende constituir no ano de 2014, e que por meio deste estudo, será possível determinar a viabilidade de instalação da mesma. A referida empresa estará localizada na cidade de São Pedro do Sul – RS.

4.1 Características do ramo de entretenimento infantil

As festas infantis em casas especializadas, atualmente, são verdadeiros contos de fadas, transformam a imaginação das crianças em realidade, para tanto, disponibilizam de vários brinquedos, decoração temática com os diversos personagens de desenhos, bufê com doces e salgados variados, monitores para supervisionar as crianças, garçons para atender aos convidados, dentre outras atrações, como palhaços, mágicas, espetáculos teatrais e de fantoches, pinturas faciais, discoteca infantil, etc.

Para tanto, é necessária uma estrutura funcional que dê suporte ao atendimento de ótima qualidade dos serviços prestados, o SEBRAE (2012, p. 6-7) sugere que a casa de festas infantil esteja dividida em: saguão para recepção, salão para disposição das mesas, área de jogos eletrônicos, área de brinquedos, área para recreação, pista de dança, área livre, cozinha, copa, banheiros infantis e adultos, fraldário e estacionamento.

4.2 Proposta de modelo de plano de negócios

Para a elaboração do plano de negócios foram utilizados os modelos de Dornelas (2005) e do SEBRAE, adaptado ao caso do setor e local escolhidos para o estudo, uma vez que a empresa ainda não existe, sendo, portanto os dados financeiros estimados.

Diante disso, segue a proposta de modelo, capaz de satisfazer a necessidade da empresa que se pretende constituir, representado no Quadro 4.

Capa**Sumário****Sumário Executivo****O Negócio**

- a) Descrição do Negócio
- b) Descrição dos Serviços
- c) Mercado
- d) Localização
- e) Competidores (concorrência)
- f) Equipe Gerencial
- g) Estrutura Funcional

Dados Financeiros

- a) Fonte de recursos financeiros
- b) Estimativa de investimentos necessários
- c) Estimativa de custo unitário dos serviços e terceirizações
- d) Apuração do custo total dos serviços prestados
- e) Estimativa do faturamento mensal da empresa
- f) Estimativa de impostos sobre a prestação de serviços
- g) Estimativa do custo com depreciação
- h) Estimativa de custos fixos operacionais mensais
- i) Demonstrativo de resultado
- j) Projeção de fluxo de caixa mensal e anual
- k) Análise financeira

Quadro 4 – Proposta de modelo do plano de negócio para a empresa

Fonte: Adaptado dos modelos de Dornelas (2005) e SEBRAE

CAPA

PLANO DE NEGÓCIOS



Arco-Íris Festas Ltda.
Rua X, nº Y
Bairro Centro
São Pedro do Sul

Este Plano de Negócios foi elaborado em novembro de 2013
por Tássia Bayer Dewes

Cópia 1 de 5

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO
O NEGÓCIO
a) Descrição do negócio
b) Descrição dos serviços
c) Mercado
d) Localização
e) Competidores (concorrência)
f) Equipe gerencial
g) Estrutura funcional
DADOS FINANCEIROS
a) Fonte de recursos financeiros
b) Estimativa dos investimentos necessários
c) Estimativa de custo unitário dos serviços e terceirizações
c.1) Custos relacionados ao bufê infantil e adulto
c.2) Custos relacionados a organização das festas
d) Apuração do custo total dos serviços prestados
e) Estimativa do faturamento mensal da empresa
f) Estimativa de impostos sobre a prestação de serviços
g) Estimativa do custo com depreciação
h) Estimativa de custos fixos operacionais mensais
i) Demonstrativo de resultado
j) Projeção de fluxo de caixa mensal e anual
k) Análise Financeira

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Arco-Íris Festas Ltda. atuará no mercado de festas e eventos, no segmento de casa de festas infantis. Sua prestação de serviços é a organização de festas infantis, disponibilizando o espaço capaz de comportar vários brinquedos, o serviço de bufê, monitores e garçom. Os clientes poderão contar também com o serviço adicional de decoração.

A empresa será constituída na forma jurídica sociedade limitada, composta por dois sócios. Um sócio entrará com o imóvel para a instalação da empresa, enquanto que o outro integralizará suas quotas em moeda corrente nacional. A fonte de recursos para o financiamento será totalmente com recursos próprios.

A Sócia A é solteira, psicopedagoga, funcionária municipal. Atualmente trabalha com a educação infantil e já aluga cama elástica para eventos. Portanto já possui conhecimento no ramo de entretenimento infantil. Já a Sócia B é casada, bancária aposentada, formada em direito, com capital para investir em novos empreendimentos.

Os clientes em potencial são as crianças entre 0 e 14 anos, e segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), no censo demográfico de 2010, a cidade de São Pedro do Sul apresentou 3046 crianças, sendo inicialmente um mercado a ser explorado.

O local onde a empresa irá se instalar é de uma das sócias, com espaço de aproximadamente 300m², no centro da cidade, área comercial. Não dispõe de estacionamento próprio, porém há facilidade em estacionar nas ruas e com segurança.

A missão da empresa será promover e realizar aos clientes momentos inesquecíveis, únicos e felizes com um entretenimento de qualidade, profissionais comprometidos, um serviço impecável e absolutamente personalizado, esbanjando criatividade na criação dos temas, e transformando a festa em um mundo de fantasia com foco no público infantil e infanto-juvenil.

A casa de festas terá como visão ser reconhecida, até 2015, no segmento de entretenimento como a casa de festas mais inovadora na realização de sonhos com qualidade onde o limite é o desejo dos clientes.

Seus principais serviços estão divididos em três tipos de festas: escolar, básica e completa. A empresa será uma microempresa, enquadrada como optante pelo SIMPLES Nacional, e sua carga tributária será de 6% da receita bruta auferida.

Os indicadores financeiros obtidos através das estimativas, apontam um prazo de retorno do investimento inicial de 6 anos, 1 mês e 27 dias, considerados bons pelos

investidores, uma vez que os mesmos terão suas retiradas mensais de R\$ 750,00, desde o primeiro mês. O retorno sobre o investimento está projetado para 9,66%, e seu ponto de equilíbrio financeiro anual em R\$ 76.407,68, que representa em média 9 festas por mês. Considerando que não existe outra empresa no ramo de casa de festas infantis, sendo assim, uma inovação, acredita-se que será viável a instalação da empresa nesta cidade.

O NEGÓCIO

A seguir serão apresentadas algumas características do negócio a ser implantado na cidade de São Pedro do Sul.

a) Descrição do negócio

O setor de atividades na qual a empresa pretende atuar é a prestação de serviços, no ramo de entretenimento infantil, cujo CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) será 82.30-0/02, casa de festas e eventos, sob o tipo jurídico de sociedade empresária, cuja forma de constituição será sociedade limitada. Enquadrar-se-á em microempresa, uma vez que sua renda bruta anual não ultrapassará R\$ 360.000 (trezentos e sessenta mil reais) e seu regime tributário será optante pelo SIMPLES Nacional, conforme o Anexo III da Lei Complementar nº 123/2006, cujas alíquotas para o ramo de atividade de serviços prestados, vão de 6% até 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio.

O objetivo desta empresa será locar um espaço para festas infantis, capaz de comportar vários brinquedos, proporcionando um toque de magia ao aniversário, ao oferecer decorações temáticas e também diversão com responsabilidade, ao disponibilizar monitores para supervisionar as brincadeiras.

b) Descrição dos serviços

A empresa atuará no mercado de casa de festas e eventos no segmento de realização de festas infantis, disponibilizando além do espaço físico, brinquedos, decoração temática, bufê e monitores.

A princípio, ao iniciar as atividades, a empresa prestará três tipos de festas:

Nº	Tipos de festas	Dias	Duração	Brinquedos	Garçom	Monitor	Decoração	Bufê
1	Escolar	de 2ª a 5ª feira	3h	Sim	sim	sim	opcional	sim
2	Básica	todos os dias	4h	Sim	sim	sim	opcional	sim
3	Completa	todos os dias	4h	Sim	sim	sim	especial	sim

Quadro 5 – Tipos de festas

Para esclarecer os tipos de festas, será necessário entender o que cada item significa. Todas as festas serão realizadas para no mínimo vinte crianças, terão todos os brinquedos à disposição e monitores para supervisioná-los. A decoração é opcional para festas escolares e básicas, porém a festa completa já considera a mesma. Nesta, está inclusa a decoração temática da mesa principal, das mesas do salão de festas, painel temático e arco com balões.

A contratação do bufê está inclusa em todos os pacotes, objetivando proporcionar comodidade aos pais, pois o mesmo será de responsabilidade da casa de festas, isso significa que assumirá a contratação de doceira e salgadeira, como também da compra das bebidas para o evento.

A festa escolar será realizada nos dias de semana, no intuito de proporcionar um valor mais acessível aos clientes e também aproveitar a infraestrutura para não ficar ociosa. Com duração de até 3 horas, no horário diurno, período da aula do aniversariante. A festa básica se distingue da escolar, pois pode ser realizada nos demais dias da semana (sexta-feira, sábado, domingo e feriado) e com maior duração do evento, até 4h. Da mesma forma que a outra, a decoração é opcional. No entanto, se a opção de decoração for inclusa, ela passa a ser a festa completa.

c) Mercado

O mercado de entretenimento infantil encontra-se aquecido, no último ano teve um crescimento em torno de 30%. Além deste cenário favorável para o ramo em questão, soma-se a correria do dia-a-dia, pois os pais nem sempre dispõem de tempo suficiente para organizar uma festa de criança ou simplesmente não tem o espaço físico necessário para tal. A empresa pretende atuar neste ramo de negócio visto a necessidade do cliente e a oportunidade avaliada, e ainda, a inexistência de empresas do ramo na cidade a ser implantada.

Os clientes potenciais são as crianças entre 0 e 14 anos, e segundo o Censo do IBGE de 2010, a cidade de São Pedro do Sul apresentou 1526 meninos e 1520 meninas, o que representa um mercado a ser explorado, inicialmente de 3046 crianças.

No Quadro 5 está representada a estimativa de festas na cidade de São Pedro do Sul baseando-se no índice de festas infantis que ocorrem em Santa Maria. O número de crianças foi extraído do site do IBGE, último censo, realizado em 2010. O número de festas mensal foi obtido através da entrevista semiestruturada (Equação 3), a média anual (Equação 4) se obteve multiplicando o número de festas mensais, o número estimado de casas de festas em Santa Maria, e ainda o número de meses do ano. Para conseguir chegar ao índice de festas

(Equação 5), fez a proporção entre a média de festas do ano e o número de crianças entre 0 e 14 anos. Este mesmo percentual foi aplicado ao número de crianças em São Pedro do Sul, obtendo-se assim, a quantidade média de festas mensais, nesta cidade. Como ainda não existe outra casa de festas, esta estimativa aponta que a Arco-Íris Festas Ltda. realizará quatorze festas mensal, dividida de acordo com a expectativa em relação aos clientes.

A festa escolar se realizará sete vezes no mês, já que ocorrerá em dia de semana e com um preço mais acessível. Enquanto que a festa completa, por ser mais cara, se realizará apenas uma vez. Como intermediária a estas, tem-se a festa básica, para aqueles que desejam maior tempo de evento, sendo, portanto, estimada em seis festas mensais.

$$\text{Média de festas (mês)} = \frac{14+13+15+17+22}{5} = \frac{81}{5} = 16,20 \quad (3)$$

$$\text{Média de festas (ano)} = \text{Média de festas (mês)} \times 12 \times 15 = 2916,00 \quad (4)$$

$$\% \text{ de festas infantis nas casas especializadas} = \frac{2916,00}{51360,00} \times 100 = 5,68\% \quad (5)$$

Dados	Santa Maria	São Pedro do Sul
Crianças de 0 a 14 anos	51.360	3.046
Média de festas (mês)	16,20	14,41
Média de festas (ano)	2916,00	172,94
% festas infantis nas casas especializadas	5,68%	5,68%

Quadro 6 – Estimativa de festas

d) Localização

A empresa pretende se localizar em um espaço de aproximadamente 300 m², no centro de São Pedro do Sul, na área comercial. O local encontra-se desocupado e será parte integrante do capital social da empresa, uma vez que um dos sócios o integralizará como forma de participação nas quotas de capital. Esta escolha deu-se por ser um espaço amplo, central, de fácil acesso e em uma região que não oferece perigo de deslocamento aos clientes. Não há estacionamento próprio, no entanto, está em uma área de fácil acesso a estacionamento sem custo para isso.

Endereço:	Rua X, nº Y
Bairro:	Centro
Cidade:	São Pedro do Sul
Estado:	Rio Grande do Sul
Telefone:	Ainda não possui

Quadro 7 – Localização do negócio

e) Competidores (concorrência)

Atualmente não há nenhuma empresa de organização de festas com as mesmas características e serviços que a futura empresa irá prestar na cidade de São Pedro do Sul. Tais características são: a decoração, a infraestrutura com brinquedos, o bufê e a disponibilização de monitores e garçom. O que há, é a contratação individualizada de cada item mencionado anteriormente, necessitando para tanto um planejamento prévio, maior trabalho e dispêndio de tempo. Há ainda competidores indiretos, que prestam serviços a domicílio, como proprietários de brinquedos infantis que alugam os mesmos e cobram um valor x por dia.

Os competidores diretos, ou seja, aqueles que possuem as mesmas características estão localizados na cidade vizinha de Santa Maria. Entretanto, há necessidade de deslocamento do cliente e seus convidados para a realização do evento, o que acarreta muitas vezes a desistência ou o encarecimento do referido. Sendo assim, há oportunidade para a empresa a ser implantada.

f) Equipe gerencial

O negócio objeto deste plano de negócios prevê duas sócias (conforme Quadro 8). A primeira tem maior conhecimento sobre o setor e atua locando cama elástica para eventos, sendo assim, vem ao encontro do objetivo social da empresa, o entretenimento infantil. Enquanto que, a outra sócia, será o anjo investidor, na qual entrará com capital e em troca terá quotas do capital social. Esta não se envolverá na gestão do negócio, mas poderá opinar e aconselhar a respeito do mesmo. O que esta investidora espera é um retorno sobre o capital investido.

Capital Social					
Nº	Sócios	Capital	Valor da quota	Quantidade de quotas	% participação
1	Sócia "A"	R\$ 60.000,00	R\$ 1,00	60.000	40%
2	Sócia "B"	R\$ 90.000,00	R\$ 1,00	90.000	60%
Total do Capital		R\$ 150.000,00		150.000	100%

Quadro 8 – Capital social

No Quadro 9 estão representados os dados dos empreendedores, experiência profissional e as respectivas atribuições.

Nome:	Sócia A				
Cidade:	São Pedro do sul	Estado:	Rio Grande do Sul		
Perfil:					
Solteira, psicopedagoga, funcionária municipal, atualmente trabalha com a educação infantil, já aluga cama elástica para eventos, portanto já possui conhecimento no ramo de entretenimento infantil.					
Atribuições:					
Sócia gerente, com todas as atribuições da administração.					
Nome:	Sócia B				
Cidade:	Santa Maria	Estado:	Rio Grande do Sul		
Perfil:					
Casada, bancária aposentada, formada em direito, com capital para investir em novos negócios.					
Atribuições:					
Sócia investidora, consultora administrativa, irá opinar e aconselhar a outra sócia no negócio.					

Quadro 9 – Dados dos empreendedores

g) Estrutura funcional

Inicialmente sua estrutura funcional será pequena, visto que levará em consideração o porte e o volume de negócios. Será composta da seguinte forma:

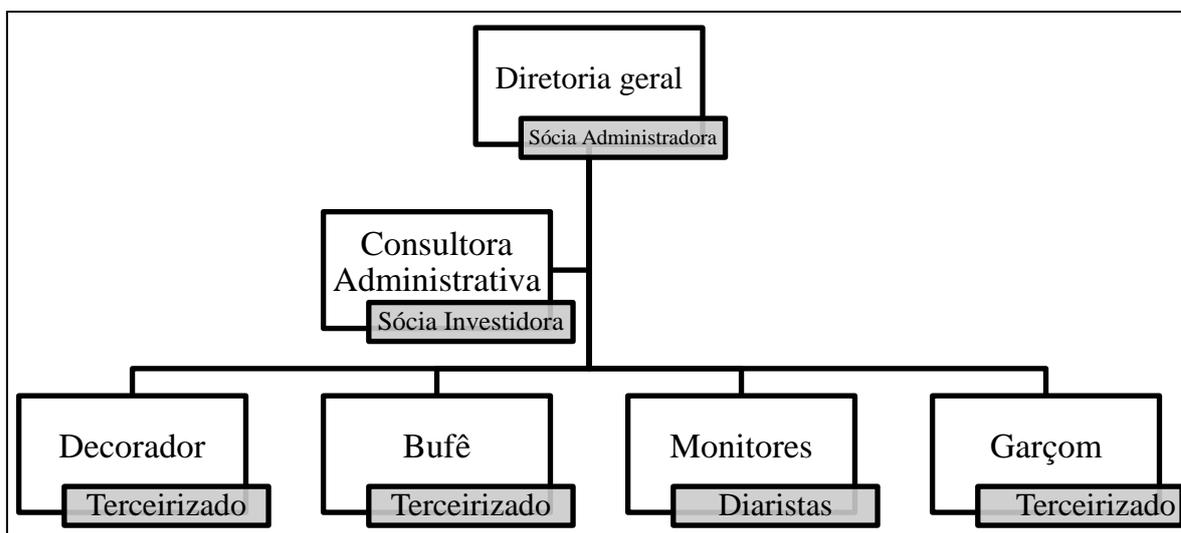


Figura 1 – Organograma da empresa

Conforme demonstra o organograma, as sócias serão responsáveis pela parte administrativa da empresa. Para tanto terão de contratar os profissionais terceirizados, através de pretendidas parcerias com decorador, bufê (doceira e salgadeira, bebidas) e garçom. A sócia diretora geral ficará responsável também pela gestão empresarial, subsidiado quando necessário, pelo anjo investidor. Cabe à diretora resolver problemas do dia-a-dia, mas também a questão estratégica da empresa. A mesma será responsável pelo controle das contas a pagar e a receber, atendimento dos clientes, incluindo seu cadastro, fluxo de caixa, fechamento do caixa, entre outras tarefas afins.

A empresa, além das duas sócias, será composta por monitores, que serão contratados de acordo com a necessidade, sob o regime de diarista, no máximo duas vezes por semana, o que não caracteriza vínculo empregatício, para tanto será necessário rodízio entre os mesmos. A seleção desses monitores será por meio de entrevistas e o grau de instrução mínimo exigido será o ensino médio. Cabe destacar que na cidade de São Pedro do Sul existe um polo da Anhanguera Educacional que oferta o curso de Pedagogia, por tanto a mão de obra preferencial para desempenhar a função de monitor será os alunos deste curso de ensino

superior. Os mesmos serão responsáveis apenas por supervisionar as crianças nos brinquedos, não cabendo a eles a recreação com as mesmas.

Quanto às parcerias firmadas com o decorador, bufê e garçom, estas se darão por meio de contrato de terceirização. Estarão relacionados em uma lista de preferências, e a cada evento que a contratante necessitar e a contratada estiver disponível, fechar-se-á o contrato para a festa.

Em relação à estrutura básica para a operacionalização dos serviços que serão prestados, a empresa estará dividida em: saguão de recepção, salão com mesas e cadeiras, salão de brinquedos, cozinha, banheiros com fraldário e escritório de administração.

O saguão de recepção é a área livre disponível para que os pais juntamente com seu filho recebam os convidados, e neste local estará o cesto para guardar os presentes recebidos. O salão com mesas e cadeiras será onde a festa irá ocorrer por maior parte do tempo, este será o salão principal e a decoração temática o fará parte juntamente com a mesa de salgados e doces.

O salão de brinquedos é o ambiente de diversão das crianças, e nela estarão disponíveis todos os brinquedos que compõe a infraestrutura inicial da empresa. A cozinha irá ocupar um espaço pequeno, uma vez que os doces e salgados serão terceirizados, e apenas serão acondicionados para pós-consumo. Essa será equipada com mesa, balcões, forno micro-ondas, freezers, geladeira e utensílios domésticos. Os banheiros serão reformados, para atender também o público infantil e o fraldário. Por fim, o escritório de administração, no qual irá compor mesa, cadeira giratória, cadeiras fixas, para atendimento de clientes e atividades pertinentes ao desempenho do negócio.

DADOS FINANCEIROS

Nesta seção do plano serão abordados os dados estimados, uma vez que a empresa ainda não existe. Tais dados foram coletados por meio da entrevista semiestruturada, com empreendedores de casa de festas infantis, de Santa Maria, como também através da bibliografia estudada.

a) Fonte de recursos financeiros

Como já demonstrado anteriormente no Quadro 8, o capital social será de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais). A Sócia A integralizará sua quota com um imóvel no valor de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), que será o local onde o empreendimento vai funcionar. Enquanto que a Sócia B integralizará em moeda corrente nacional o valor de R\$ 90.000,00 (noventa mil reais). Sendo assim, o financiamento do negócio será totalmente de recursos próprios, como representado no Quadro 10.

Fonte de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 150.000,00	100%
Recursos de terceiros	R\$ -	0%
Outros	R\$ -	0%
Total	R\$ 150.000,00	100%

Quadro 10 – Fonte dos recursos

b) Estimativa dos investimentos necessários

Para estruturar um salão de festas se faz necessário algumas máquinas e equipamentos, alguns móveis e utensílios, brinquedos, equipamentos de informática, e o imóvel onde toda sua infraestrutura estará disposta. Os principais investimentos fixos estão relacionados no Quadro 11 e foram levantados a partir de entrevista junto a empreendedores do ramo, conforme metodologia deste estudo. Os valores foram estimados a partir de uma pesquisa de valor de mercado em sites de móveis e utensílios domésticos e de empresas que vendem os artigos para divertimento.

Item	Qtde	Valor unitário	Valor total
1 Equipamentos de Informática			R\$ 4.900,00
Computador	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Sistema Informação (Software)	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Sistema de Segurança	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Impressora	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
2 Móveis e Utensílios			R\$ 25.420,00
Utensílios domésticos (copos,toalhas,bandejas e uniformes)	1	R\$ 1.230,00	R\$ 1.230,00
Mesas 70x70	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
Cadeiras	40	R\$ 70,00	R\$ 2.800,00
Mesa do salão principal e da cozinha	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
Balcão para cozinha	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
Armário de madeira	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Mesa escritório	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Cadeira giratória	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Cadeira fixa	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Lixeira de inox 5l	3	R\$ 40,00	R\$ 120,00
Mesinha com 4 cadeiras	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
Microondas 30l	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Aparelho de ar condicionado 18000 btus	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
Aparelho de telefone sem fio	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Geladeira 2 portas frost free 553l	1	R\$ 2.700,00	R\$ 2.700,00
Freezer 526l	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
Placa comercial	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Carrinho de pipoca doce e salgada	1	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00
Algodão doce	1	R\$ 770,00	R\$ 770,00
3 Máquinas e Equipamentos			R\$ 6.000,00
Aparelho de som com caixa acústica	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
TV LCD 42 polegadas c/ suporte	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
4 Brinquedos (artigos para divertimento)			R\$ 34.200,00
Cama elástica	1	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Piscina de bolinhas	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
Casa de bonecas	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Camarim	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Tombo legal	1	R\$ 3.300,00	R\$ 3.300,00
Air play	1	R\$ 2.250,00	R\$ 2.250,00
Espaço baby - jogos	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Video game (simulador de corrida)	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Brinquedão	1	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00
Xbox 360 kinect	1	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00
5 Imóveis			R\$ 60.000,00
Imóvel para instalação da empresa	1	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS			R\$ 130.520,00

Quadro 11 – Investimentos fixos

Além destes investimentos fixos, compete também à realização de investimentos pré-operacionais, como a legalização da empresa e reformas necessárias para adequação do imóvel, de acordo com as necessidades. O Quadro 12 evidencia estes investimentos antes da abertura da empresa. Serão necessárias reformas no local para adaptação conforme exigências do Corpo de Bombeiros para expedição de alvará de funcionamento, e gastos com honorários advocatícios, devido à constituição da empresa, para elaboração do contrato social; e contábeis para a legalização da empresa nos órgãos competentes (Junta Comercial, Secretaria da Receita Federal, Secretaria Estadual de Fazenda, Prefeitura Municipal).

Descrição	Qtde	Valor unitário	Valor total
1 Obras e reformas			R\$ 10.500,00
Reforma do local (pintura,rampa,restauração elétrica)	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
Identidade visual	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
2 Constituição e legalização da empresa			R\$ 2.500,00
Constituição da empresa e honorários	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS			R\$ 13.000,00

Quadro 12 – Investimentos pré-operacionais

Cabe destacar que toda empresa necessita de um valor para capital de giro, que neste caso, será igual ao caixa mínimo, pois não existe estoque inicial. Diante disso, o Quadro 13 demonstra o cálculo para obter o prazo médio de vendas e prazo médio de compras, essencial para o cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias.

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	50,00%	1	0,5
Parcelado (1+1)	30,00%	30	9
Parcelado (1+2)	20,00%	60	12
Prazo médio total			22
Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	100,00%	1	1
Prazo médio total			1
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias			22

Quadro 13 – Cálculo do prazo médio de vendas e de compras

Para tanto, o caixa mínimo necessário para esta empresa se dará em função da necessidade líquida de capital de giro em dias, calculada anteriormente, e conforme segue no Quadro 14.

1. Custo fixo mensal	R\$ 4.493,50
2. Custo variável mensal	R\$ 4.203,58
3. Custo total da empresa	R\$ 8.697,08
4. Custo total diário	R\$ 289,90
5. Necessidade líquida de capital de giro em dias	22
Caixa mínimo ou capital de giro	R\$ 6.377,86

Quadro 14 – Caixa mínimo ou capital de giro

O custo fixo mensal é o valor estimado dos custos operacionais. Neste valor estão incluídas despesas como energia elétrica, água, telefone, pró-labore, dentre outros que estão detalhados no Quadro 30. Quanto ao custo variável, este se refere à soma do valor dos custos totais dos serviços prestados (Quadro 23) e o valor referente a impostos, que neste caso é R\$ 594,28. Obtendo-se assim, o custo total mensal da empresa. Para calcular o diário, dividiu-se por 30 dias e após, para descobrir o caixa mínimo, multiplicou-se pela necessidade líquida de capital de giro em dias.

O investimento total da empresa será a soma dos investimentos fixos, pré-operacionais e o capital de giro, resumido no Quadro 15.

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 130.520,00	87,07%
Capital de Giro	R\$ 6.377,86	4,25%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 13.000,00	8,67%
Total	R\$ 149.897,86	100%

Quadro 15 – Investimento total

Na sequência, para melhor visualização do total dos investimentos, segue representado graficamente o Quadro 15.

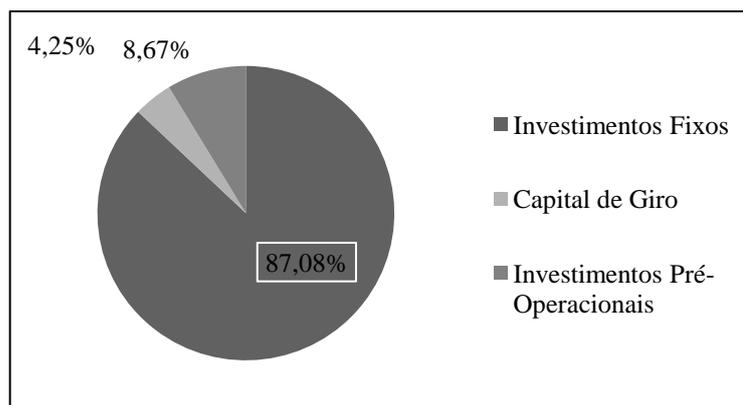


Figura 2 – Investimento total

A diferença existente de R\$ 102,14, entre o capital social e a estimativa de necessidade de recursos para os investimentos, será adicionada ao caixa da empresa e também será utilizada como capital de giro.

c) Estimativa de custo unitário dos serviços e terceirizações

Os serviços prestados pela empresa será o aluguel do espaço com brinquedos, o bufê, monitores, garçom e decoração.

c.1) Custos relacionados ao bufê infantil e adulto

Para o cálculo do custo do bufê utilizado para a apuração do custo total dos serviços prestados, faz-se necessário saber o que compõem o bufê incluso no pacote para vinte crianças. Dentre os itens estão os salgados variados, os doces variados, o refrigerante, a água mineral, os copos descartáveis e também os guardanapos.

Bufê Infantil	Salgados variados (cento)	Doces variados (cento)	Refrigerante (2l)	Água mineral (2l)	Copos descartáveis (250ml) (pcte 100)	Guardanapos (pcte 100)
Custo do produto	R\$ 60,00	R\$ 80,00	R\$ 4,69	R\$ 2,69	R\$ 3,50	R\$ 2,00
Custo unitário (un/200 ml)	R\$ 0,60	R\$ 0,80	R\$ 0,47	R\$ 0,13	R\$ 0,04	R\$ 0,02
Qtde de criança	1	1	1	1	1	1
Unidades por criança	5	3	2	1	5	5
Total unidades/copos	5	3	2	1	5	5
Custo por criança	R\$ 3,00	R\$ 2,40	R\$ 0,94	R\$ 0,13	R\$ 0,18	R\$ 0,10
Custo para 20 crianças	R\$ 60,00	R\$ 48,00	R\$ 18,76	R\$ 2,69	R\$ 3,50	R\$ 2,00
Custo total por criança						R\$ 6,75

Quadro 16 – Estimativa do custo do bufê infantil

Os custos dos produtos foram estimados de acordo com o valor de mercado pago atualmente. A quantidade de unidades por criança foi determinada com base no perfil dos consumidores das festas infantis realizadas na escola particular que atua uma das sócias. Sendo assim, chegou-se no valor de R\$ 6,75 por criança.

O Quadro 17 representa o custo unitário por criança, a margem de contribuição unitária e o preço de venda estimado para cada criança excedente da quantidade adquirida no pacote, ou seja, para cada criança, além das vinte já inclusas. Cabe salientar que esta margem de contribuição de 35% foi atribuída de acordo com o parâmetro que o ramo de casas de festas infantis aplica, entre 30% a 50%, sendo que para esta empresa não foi utilizada a média, pois o preço ficaria muito elevado e não haveria demanda suficiente para manter a empresa.

Custo total por criança	R\$ 6,75
Custo total para 20 crianças	R\$ 134,95
Margem de contribuição (35%) do bufê para uma criança	R\$ 2,36
Preço de Venda do bufê para cada criança excedente	R\$ 9,11

Quadro 17 – Estimativa de custo e preço de venda do bufê por criança

O consumo do adulto é superior ao da criança, sendo assim, necessário estimar os custos do bufê para o mesmo.

Bufê Adulto	Salgados variados (cento)	Doces variados (cento)	Refrigerante (2l)	Água mineral (2l)	Copos descartáveis (250ml) (pcte 100)	Guardanapos (pcte 100)
Custo do produto	R\$ 60,00	R\$ 80,00	R\$ 4,69	R\$ 2,69	R\$ 3,50	R\$ 2,00
Custo unitário (un/200 ml)	R\$ 0,60	R\$ 0,80	R\$ 0,47	R\$ 0,13	R\$ 0,04	R\$ 0,02
Qtde de adulto	1	1	1	1	1	1
Unidades por adulto	10	8	2,5	2	0	5
Total unidades/copos	10	8	2,5	2	0	5
Custo por adulto	R\$ 6,00	R\$ 6,40	R\$ 1,17	R\$ 0,27	R\$ -	R\$ 0,10
Custo total por adulto						R\$ 13,94

Quadro 18 – Estimativa do custo do bufê adulto

O adulto não necessita de copos descartáveis, diante disso foi desconsiderada a unidade e o total desse item, pois terão a disposição copos de vidro, que compõem os utensílios domésticos relacionados nos investimentos fixos iniciais.

Custo por adulto	R\$ 13,94
Margem de Contribuição (35%)	R\$ 4,88
Preço de venda por adulto	R\$ 18,82

Quadro 19 – Estimativa de custo e preço de venda do bufê

O custo por adulto é superior ao da criança, uma vez que o mesmo tem consumo superior nos itens alimentícios, foi apenas desconsiderado o custo dos copos e mantida a quantidade de guardanapos utilizados por esse.

c.2) Custos relacionados à organização das festas

Os custos necessários para a organização e realização das festas variam de acordo com o tipo das mesmas. Leva-se em consideração o tempo de duração das festas; fator diferencial para calcular os gastos com terceirizações dos garçons e também o pagamento da diária dos monitores. O valor estimado para hora trabalhada do garçom e dos monitores foi de R\$ 10,00/h. A seguir segue a composição de cada tipo de festa com seus respectivos custos, considerando 3h para a festa escolar e 4h para as demais.

O Quadro 20 representa os custos com a festa escolar, dentre os quais estão os custos com monitores, bufê e garçom.

Terceirizações	Qtde	Custo Unitário	Total
Monitores	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00
Bufê (doces, salgados, refrigerante e água)	1	R\$ 134,95	R\$ 134,95
Garçom	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Total			R\$ 224,95

Quadro 20 – Festa escolar

No Quadro 21 estão relacionados os custos com a festa básica. Seu custo total é superior ao da festa escolar uma vez que o tempo de duração desta festa é maior.

Terceirizações	Qtde	Custo Unitário	Total
Monitores	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00
Bufê (doces, salgados, refrigerante e água)	1	R\$ 134,95	R\$ 134,95
Garçom	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Total			R\$ 254,95

Quadro 21 – Festa básica

No Quadro 22 estão discriminados os custos com a festa completa, e por incluir o item decoração especial, seu custo total é o mais elevado, praticamente o dobro da festa básica, o que demonstra a representatividade do custo com este item.

Terceirizações	Qtde	Custo Unitário	Total
Monitores	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00
Bufê (doces, salgados, refrigerante e água)	1	R\$ 134,95	R\$ 134,95
Garçom	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Decoração especial	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Total			R\$ 504,95

Quadro 22 – Festa completa

d) Apuração do custo total dos serviços prestados

Para apurar o custo total dos serviços prestados foi considerada a estimativa de quantidade de cada tipo de festa de acordo com o mercado consumidor, salienta-se que por ter o preço mais acessível e ser realizada nos dias de semana, a festa escolar será a mais procurada, seguida da básica. A festa completa será vendida uma vez ao mês, levando-se em consideração que seu preço é elevado.

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de vendas (em unidades)	Custo Unitário (em R\$)	Custo Total - CSP (em R\$)
1	Festa Escolar	7	R\$ 224,95	R\$ 1.574,65
2	Festa Básica	6	R\$ 254,95	R\$ 1.529,70
3	Festa Completa	1	R\$ 504,95	R\$ 504,95
Total				R\$ 3.609,30

Quadro 23 – Apuração do custo dos serviços prestados

Com base na estimativa de proporção de festas estabelecidas de acordo com o mercado, obtêm-se o valor total do custo dos serviços prestados (CSP) no mês, como demonstrado no Quadro 23.

Com o objetivo de facilitar a visualização dos dados anteriormente expressos no Quadro 23, segue a Figura 3 de representação dos mesmos.

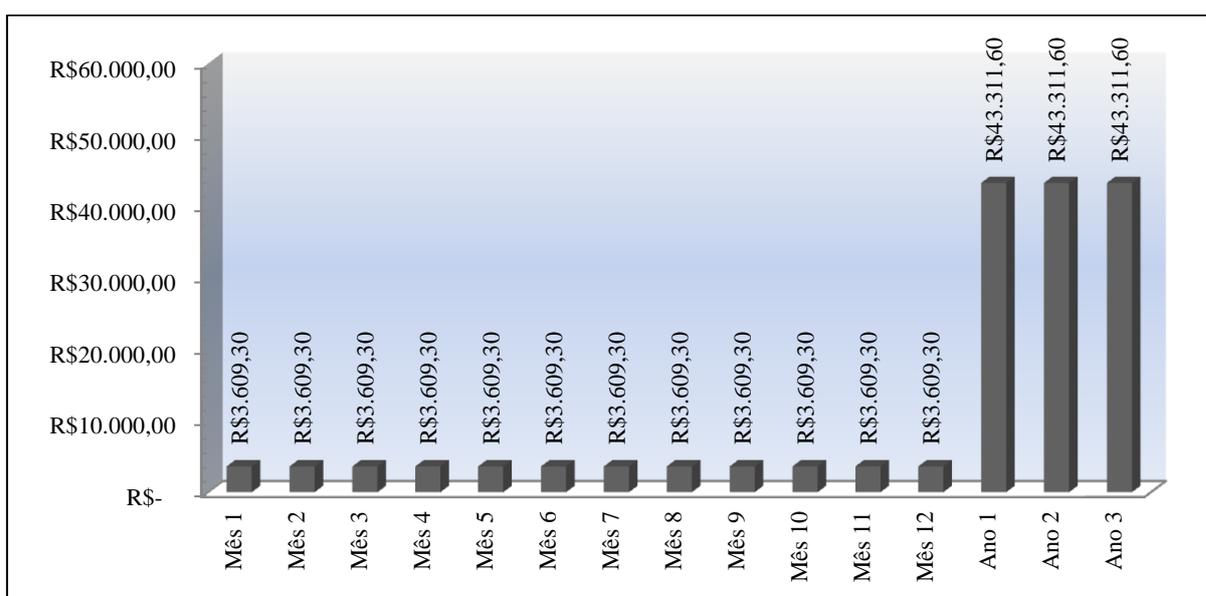


Figura 3 – Projeção dos custos dos serviços prestados

e) Estimativa do faturamento mensal da empresa

A estimativa de faturamento mensal da empresa baseou-se no preço de venda, que por sua vez tem relação com alguns itens fundamentais que compõem o custo dos serviços. Porém não fazem parte dos custos diretos já demonstrados nos Quadros 20 aos 22, como por exemplo, o aluguel dos brinquedos e o do espaço físico. Para o cálculo do aluguel dos brinquedos foi considerado o valor de aluguel do imóvel atualmente (R\$ 2.000,00). Já para os brinquedos, foi atribuído o valor dos investimentos com os mesmos e o da infraestrutura pré-

operacional e operacional (R\$ 83.520,00), com a expectativa de renovação em 4 anos e a quantidade de festas anuais (168/ano). Para tanto, segue o Quadro 24 que demonstra a composição do preço de venda de cada tipo de festa. Foi desconsiderado para a formação do total do custo, o valor de decoração para as festas escolar e básica, uma vez que é opcional. Portanto, só considerou-se para a festa completa. Porém, quando calculado o preço de venda com decoração, foi somado ao total dos custos e aplicada a margem de contribuição de 35%.

Tipos de festas	Aluguel do espaço	Aluguel dos brinquedos	Garçom	Monitores	Bufê	Decoração	Total dos custos	Preço de Venda (sem decoração)	Preço de Venda (com decoração)
Escolar	R\$ 142,86	R\$ 123,39	R\$ 30,00	R\$ 60,00	R\$ 134,95	R\$ 170,00	R\$ 491,20	R\$ 663,12	R\$ 892,62
Básica	R\$ 142,86	R\$ 123,39	R\$ 40,00	R\$ 80,00	R\$ 134,95	R\$ 170,00	R\$ 521,20	R\$ 703,62	R\$ 933,12
Completa	R\$ 142,86	R\$ 123,39	R\$ 40,00	R\$ 80,00	R\$ 134,95	R\$ 250,00	R\$ 771,20		R\$ 1.041,12

Quadro 24 – Estimativa do preço de venda

É importante salientar que a margem de contribuição é de 35%, que foi aplicada sobre o total dos custos. Já foram calculados os preços de venda caso o cliente deseje adicionar ao pacote a decoração simples. Este item foi considerado opcional para as festas escolares e básicas, visto que seu custo é significativo em relação aos demais, proporcionando um aumento no preço de venda. Porém como diferencial já está inclusa na festa completa.

O Quadro 25 representa a discriminação da estimativa do faturamento total mensal. Foi estimada a quantidade de festas de cada tipo com relação aos itens que compõem o preço de venda de cada uma, sendo assim, as festas com preços menores e possibilidade de ocorrer durante a semana tem a maior probabilidade de acontecer, diante disso, a festa escolar e a festa básica contemplam a maioria das festas mensais.

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (estimativa de vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Festa Escolar	7	R\$ 663,12	R\$ 4.641,84
2	Festa Básica	6	R\$ 703,62	R\$ 4.221,72
3	Festa Completa	1	R\$ 1.041,12	R\$ 1.041,12
Total				R\$ 9.904,68

Quadro 25 – Estimativa do faturamento mensal

A projeção das receitas está demonstrada graficamente, no intuito de melhor visualização dos valores mensais e anuais estimados. A Figura 4 sintetiza os dados apresentados no Quadro 25.

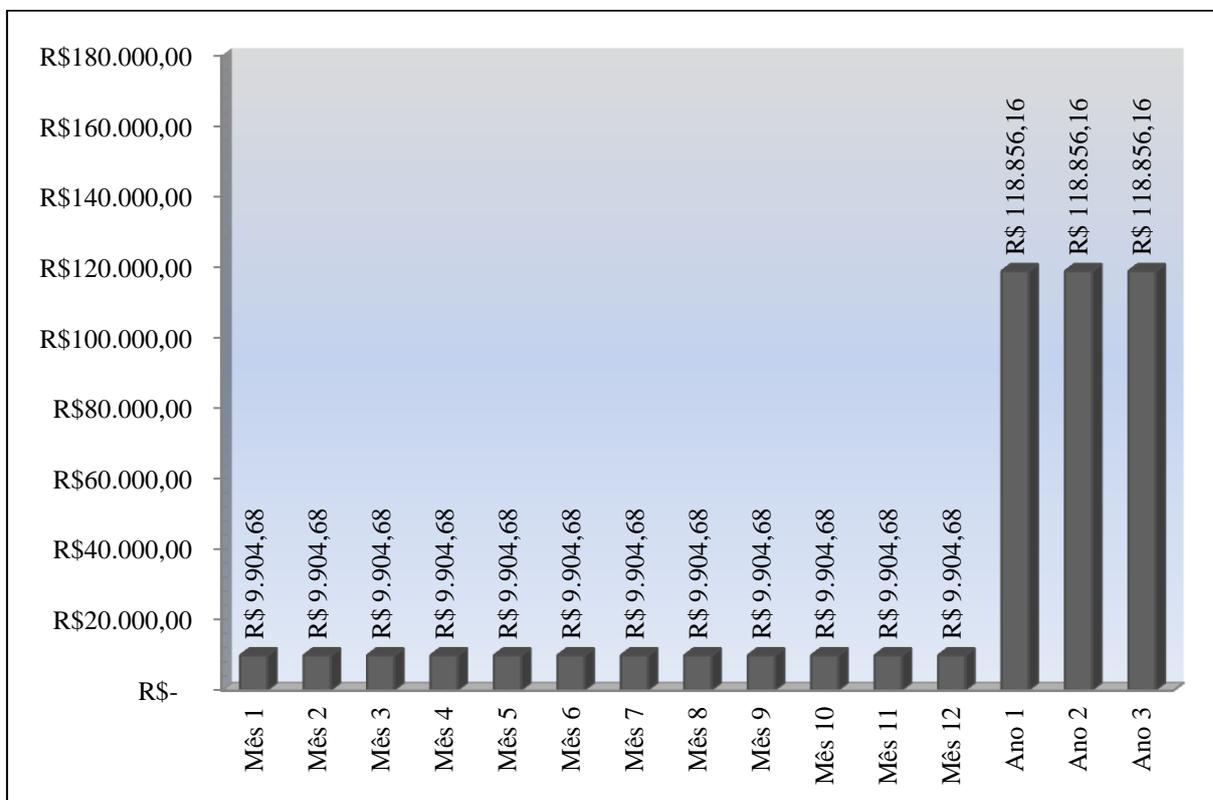


Figura 4 – Projeção das receitas

f) Estimativa de impostos sobre a prestação de serviços

Como mencionado anteriormente, a empresa será tributada conforme o disposto no Anexo III, nº 123/2006. As alíquotas do SIMPLES Nacional, para o ramo de atividade de serviços prestados, vão de 6% até 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. Neste caso, como a receita bruta anual auferida será de R\$ 118.856,16, na tabela do referido anexo, se enquadra na primeira faixa, sendo tributada, portanto, em 6%.

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	6%	R\$ 9.904,68	R\$ 594,28

Quadro 26 – Estimativa de impostos sobre prestação de serviços

g) Estimativa do custo com depreciação

Com o objetivo de reconhecer a perda do valor dos bens pelo uso, se faz necessário calcular a taxa de depreciação, pois os equipamentos e máquinas, os brinquedos, em fim, os bens móveis e o imóvel desgastam-se ou tornam-se ultrapassados, sendo necessária sua substituição. Apesar de não ser um desembolso é um elemento importante a se considerar na formação do preço de venda e nos custos fixos. O Quadro 27 apresenta a estimativa do custo com depreciação dos bens que compõem os ativos da empresa.

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil (Anos)	Taxa ao ano	Depreciação anual	Depreciação mensal
Equipamentos de informática	R\$ 4.900,00	5	20%	R\$ 980,00	R\$ 81,67
Móveis e utensílios	R\$ 25.420,00	10	10%	R\$ 2.542,00	R\$ 211,83
Máquinas e equipamentos	R\$ 6.000,00	10	10%	R\$ 600,00	R\$ 50,00
Brinquedos	R\$ 34.200,00	10	10%	R\$ 3.420,00	R\$ 285,00
Imóvel	R\$ 60.000,00	25	4%	R\$ 2.400,00	R\$ 200,00
Total				R\$ 9.942,00	R\$ 828,50

Quadro 27 – Estimativa do custo de depreciação

h) Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Para a operacionalização desta empresa é evidente que serão incorridos custos fixos mensais, conforme evidencia o Quadro 28, dentre os quais, destaca-se a energia elétrica e o pró-labore dos sócios. Estas retiradas mensais já remuneraram o investimento inicial desde o primeiro mês de atividade da empresa.

Estimativa de Custos Fixos Operacionais	
Energia elétrica	R\$ 400,00
Água	R\$ 250,00
Telefone	R\$ 100,00
Internet	R\$ 100,00
Material de higiene e limpeza	R\$ 350,00
Assessoria Contábil	R\$ 200,00
Empresa de Segurança	R\$ 150,00
Taxas, contribuições e afins	R\$ 300,00
Depreciação mensal	R\$ 828,50
Manutenção dos brinquedos	R\$ 150,00
Pró-labore	R\$ 1.500,00
INSS sobre pró-labore	R\$ 165,00
Total mensal	R\$ 4.493,50

Quadro 28 – Estimativa dos custos fixos operacionais

Todos os valores estimados de despesas mensais foram obtidos por meio de uma assessoria técnica do SEBRAE de Santa Maria juntamente com dados extraídos nas entrevistas com os empreendedores do ramo. Salienta-se que os gastos com energia elétrica, material de higiene e limpeza e a retirada mensal dos sócios são os principais montantes que compõem essas despesas, neste contexto proposto para a empresa de casa de festas infantis.

Para melhor compreensão visual dos dados estimados anteriormente no Quadro 28, segue a representação gráfica dos mesmos, conforme Figura 5.

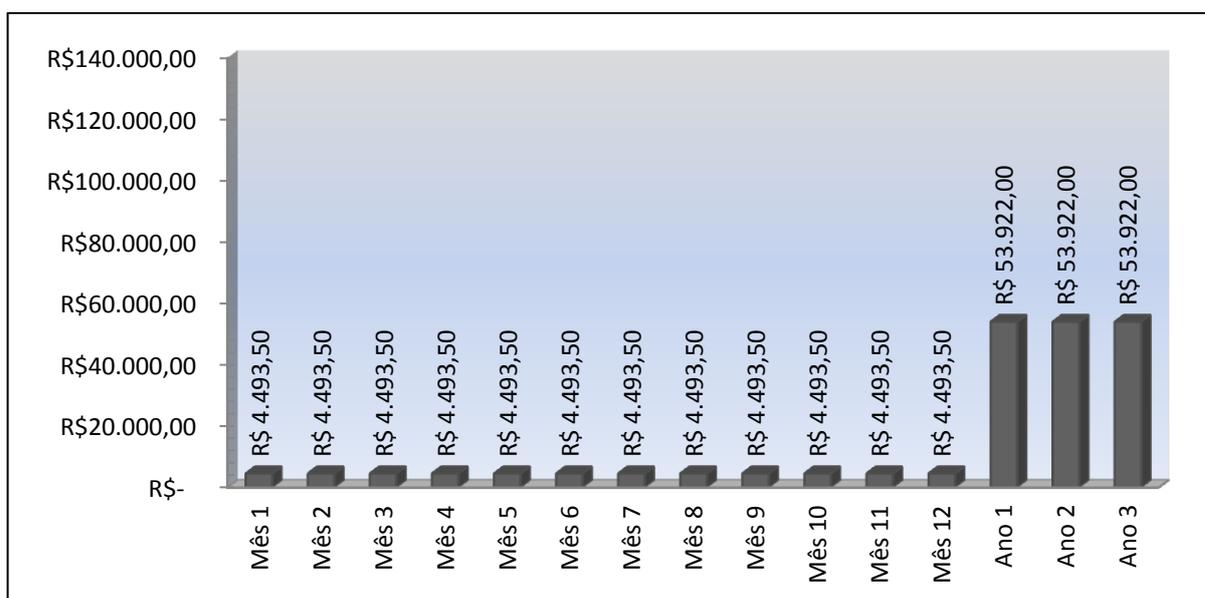


Figura 5 – Estimativa dos custos fixos operacionais

i) Demonstrativo de Resultado

Com base em todos os dados apresentados anteriormente, pode-se demonstrar o provável resultado da futura casa de festas. As receitas estimadas de acordo com o número de festas a serem realizadas mensalmente e com a margem de contribuição de 35% sobre os custos projetados para cada tipo de festa. Os custos variáveis foram determinados levando em consideração o que compõem cada festa. Os impostos incidentes sobre o faturamento representam 6% da receita bruta auferida. A margem de contribuição total para cobrir os custos fixos e ainda gerar lucro, foi de 57,56%. E com isso, originou o resultado operacional positivo, ou seja, lucro, de 12,19% da receita total. Sendo esse, portanto, seu índice de lucratividade.

Descrição	Valor (em R\$)	Valor Anual (em R\$)	(%)
1 Receita Total com Vendas	R\$ 9.904,68	R\$ 118.856,16	100%
2 Custos Variáveis Totais	R\$ -4.203,58	R\$ -50.442,97	42,44%
2.1 (-) Custos com serviços diretos	R\$ 3.609,30	R\$ 43.311,60	36,44%
2.2 (-) Impostos sobre prestação de serviços	R\$ 594,28	R\$ 7.131,37	6,00%
3 Margem de Contribuição	R\$ 5.701,10	R\$ 68.413,19	57,56%
4 (-) Custos Fixos Totais	R\$ -4.493,50	R\$ -53.922,00	45,37%
5 Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 1.207,60	R\$ 14.491,19	12,19%

Quadro 29 – Demonstrativo de resultado

Buscando demonstrar de forma a facilitar visualmente o resultado operacional obtido, representa-se a Figura 6.

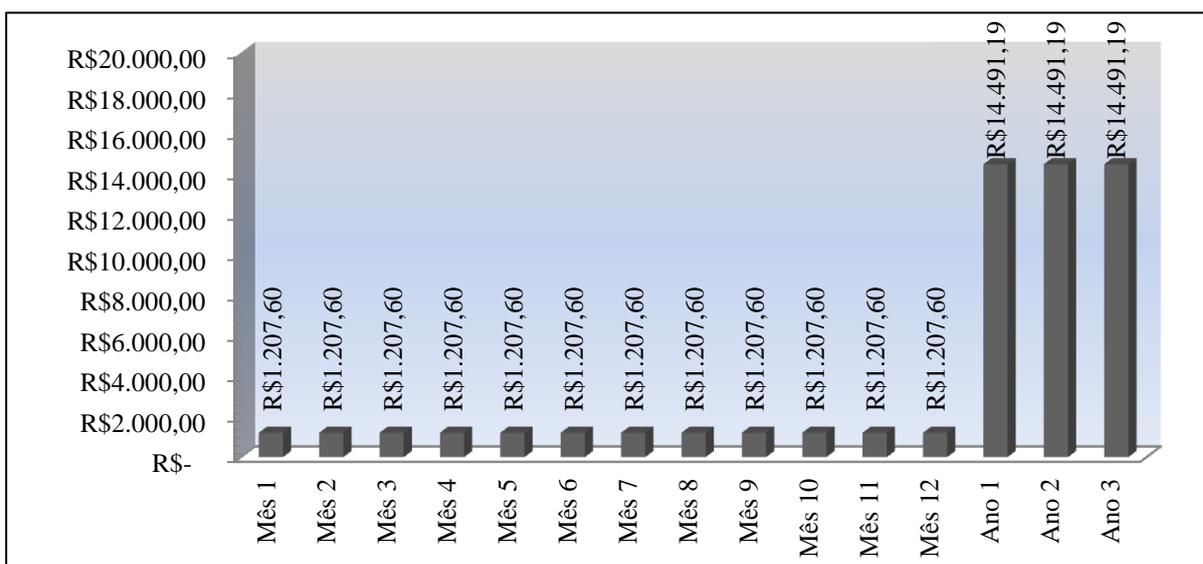


Figura 6 – Projeção de demonstrativo de resultado

j) Projeção de fluxo de caixa mensal e anual

O fluxo de caixa objetiva controlar as movimentações financeiras em um dado período. Esta ferramenta permite avaliar a viabilidade de um investimento. Neste sentido, fez-se necessária a realização do mesmo, com o objetivo de extrair dados para a análise financeira. As projeções apresentadas nos Quadros 30 aos 32 correspondem às entradas e saídas de caixa mensalmente e anualmente, sem a depreciação, pois a mesma não representa um desembolso.

FLUXO DE CAIXA MENSAL 1º ANO				
Mês	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 12
ENTRADAS				
Receita de Prestação de Serviços à vista	R\$ 4.952,34	R\$ 4.952,34	R\$ 4.952,34	R\$ 4.952,34
Receita de Prestação de Serviços (1+1)		R\$ 2.971,40	R\$ 2.971,40	R\$ 2.971,40
Receita de Prestação de Serviços (1+2)			R\$ 1.980,94	R\$ 1.980,94
Integralização do Capital Social em Moeda Corrente	R\$ 90.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Total das Entradas	R\$ 94.952,34	R\$ 7.923,74	R\$ 9.904,68	R\$ 9.904,68
SAÍDAS				
Custo dos Serviços Prestados	R\$ 3.609,30	R\$ 3.609,30	R\$ 3.609,30	R\$ 3.609,30
Investimento Inicial	R\$ 83.520,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Impostos	R\$ 594,28	R\$ 594,28	R\$ 594,28	R\$ 594,28
Energia elétrica	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Água	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Telefone	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Internet	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Material de Higiene e limpeza	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Assessoria Contábil	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Empresa de Segurança	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Taxas, contribuições e afins	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Manutenção dos brinquedos	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Pró-labore	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
INSS sobre pró-labore	R\$ 165,00	R\$ 165,00	R\$ 165,00	R\$ 165,00
Total das Saídas	R\$ 91.388,58	R\$ 7.868,58	R\$ 7.868,58	R\$ 7.868,58
Fluxo de Caixa do período	R\$ 3.563,76	R\$ 55,16	R\$ 2.036,10	R\$ 2.036,10
Saldo Inicial de Caixa e Equivalente de Caixa	R\$ -	R\$ 3.563,76	R\$ 3.618,92	R\$ 21.943,82
Saldo Acumulado de Caixa e Equivalente de Caixa	R\$ 3.563,76	R\$ 3.618,92	R\$ 5.655,02	R\$ 23.979,91

Quadro 30 – Projeção de fluxo de caixa 1º ano

Vale destacar que nos dois primeiros meses em função do recebimento das vendas acontecerem de três formas distintas (à vista, parcelado 1+1 e parcelado 1+2), as entradas não serão o total das vendas ocorridas, para os demais meses será igual ao valor da receita bruta.

Também se destaca o fato do valor do investimento inicial, uma vez que será integralizada, em moeda corrente, a quota respectiva da Sócia B, no primeiro mês. No Quadro 30 não foram incluídas as colunas dos meses 4 ao 11, pois são os mesmos valores dos meses 3 e 12. Enquanto que no Quadro 31, não foram as colunas dos meses 2 ao 11, pois também são iguais aos valores dos meses 1 e 12.

FLUXO DE CAIXA MENSAL DEMAIS ANOS		
	Mês 1	Mês 12
ENTRADAS		
Receita de Prestação de Serviços à vista	R\$ 4.952,34	R\$ 4.952,34
Receita de Prestação de Serviços (1+1)	R\$ 2.971,40	R\$ 2.971,40
Receita de Prestação de Serviços (1+2)	R\$ 1.980,94	R\$ 1.980,94
Integralização do Capital Social em Moeda Corrente	R\$ -	R\$ -
Total das Entradas	R\$ 9.904,68	R\$ 9.904,68
SAÍDAS		
Custo dos Serviços Prestados	R\$ 3.609,30	R\$ 3.609,30
Investimento Inicial	-	R\$ -
Impostos	R\$ 594,28	R\$ 594,28
Energia elétrica	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Água	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Telefone	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Internet	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Material de Higiene e limpeza	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Assessoria Contábil	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Empresa de Segurança	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Taxas, contribuições e afins	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Manutenção dos brinquedos	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Pró-labore	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
INSS sobre pró-labore	R\$ 165,00	R\$ 165,00
Total das Saídas	R\$ 7.868,58	R\$ 7.868,58
Fluxo de Caixa do período	R\$ 2.036,10	R\$ 2.036,10
Saldo Inicial de Caixa e Equivalente de Caixa	R\$ 23.979,91	R\$ 46.377,01
Saldo Acumulado de Caixa e Equivalente de Caixa	R\$ 26.016,01	R\$ 48.413,11

Quadro 31 – Projeção do fluxo de caixa mensal para os demais anos

Quanto ao fluxo de caixa mensal dos demais anos, há de salientar que ocorrerá divergência apenas nos valores do saldo de caixa inicial e no saldo acumulado, uma vez que este valor se aumenta a cada ano.

Para efeitos de análise financeira, principalmente em relação ao cálculo do prazo de retorno do investimento, projetou-se o fluxo de caixa anual até superar o valor do investimento inicial. No Quadro 32 estão demonstrados os fluxos anuais, porém não foram incluídas as colunas dos anos 3 aos 6, visto que seus valores são iguais aos das colunas 2 e 7.

FLUXO DE CAIXA ANUAL			
	Ano 1	Ano 2	Ano 7
ENTRADAS			
Estimativa de Receita de Prestação de Serviços à vista	R\$ 59.428,08	R\$ 59.428,08	R\$ 59.428,08
Estimativa de Contas a Receber	R\$ 52.494,80	R\$ 59.428,08	R\$ 59.428,08
Integralização do Capital Social em Moeda Corrente	R\$ 90.000,00	R\$ -	R\$ -
Total das Entradas	R\$ 201.922,88	R\$ 118.856,16	R\$ 118.856,16
SAÍDAS			
Custo dos Serviços Prestados	R\$ 43.311,60	R\$ 43.311,60	R\$ 43.311,60
Investimento Inicial	R\$ 83.520,00	R\$ -	R\$ -
Impostos	R\$ 7.131,37	R\$ 7.131,37	R\$ 7.131,37
Energia elétrica	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00
Água	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Telefone	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Internet	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Material de Higiene e Limpeza	R\$ 4.200,00	R\$ 4.200,00	R\$ 4.200,00
Assessoria Contábil	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00
Empresa de Segurança	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
Taxas, contribuições e afins	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00
Manutenção dos brinquedos	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
Pró-labore	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00
INSS sobre pró-labore	R\$ 1.980,00	R\$ 1.980,00	R\$ 1.980,00
Total das Saídas	R\$ 177.942,97	R\$ 94.422,97	R\$ 94.422,97
Fluxo de Caixa do período	R\$ 23.979,91	R\$ 24.433,19	R\$ 24.433,19
Saldo Inicial de Caixa e Equivalente de Caixa	R\$ -	R\$ 23.979,91	R\$ 146.145,87
Saldo Acumulado de Caixa e Equivalente de Caixa	R\$ 23.979,91	R\$ 48.413,10	R\$ 170.579,06

Quadro 32 – Projeção do fluxo de caixa anual

Através da projeção do fluxo de caixa para os sete primeiros anos, mantendo constantes as vendas e os custos, verificou-se que a empresa gerará um fluxo anual no primeiro ano de R\$ 23.979,91, uma vez que teve necessidade de utilizar o capital de giro, pois as entradas no primeiro mês foram insuficientes para cobrir as saídas. O saldo passou a cobrir todas as despesas sem a necessidade da utilização de capital de giro a partir do quarto mês, isso fez com que o total ao final do primeiro ano fosse diferente dos demais, que apresentaram o fluxo de caixa de R\$ 24.433,19.

k) Análise Financeira

A análise financeira é uma poderosa ferramenta para a tomada de decisão, já que fornece compreensão adequada sobre a possibilidade de geração de riqueza e os riscos de uma empresa. Para tal análise, são subsídios fundamentais as demonstrações financeiras, uma vez que fornecem um conjunto de dados organizados sobre a mesma. Neste estudo, utilizou-se do demonstrativo de resultados e do fluxo de caixa para a obtenção dos dados e cálculo do índice de retorno sobre o investimento, do ponto de equilíbrio financeiro e do prazo de retorno dos investimentos (Quadro 33).

Análise Financeira	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Ponto de equilíbrio financeiro (em R\$)	R\$ 76.407,68	R\$ 76.407,68	R\$ 76.407,68
Retorno sobre o Investimento	9,66%	9,66%	9,66%
Prazo de retorno dos investimentos	6 ANOS, 1 MÊS E 27 DIAS		

Quadro 33 – Indicadores financeiros

Os indicadores financeiros obtidos através das estimativas (conforme Quadro 33) apontam um prazo de retorno do investimento inicial de 6 anos, 1 mês e 27 dias, após o início das atividades, sendo assim, o empresário terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou no empreendimento, considerado um prazo satisfatório pelas sócias, uma vez que as mesmas terão suas retiradas mensais de R\$ 750,00, desde o primeiro mês. O retorno sobre o investimento total está projetado para 9,66%, e seu ponto de equilíbrio financeiro anual em R\$ 76.407,68, que representa em média 9 festas por mês. O ponto de equilíbrio e o retorno sobre o investimento não teve variação, pois os dados foram extraídos do demonstrativo de resultado. Considerando que não existe outra empresa no ramo de casa de festas infantis, sendo assim, uma inovação, acredita-se que será viável a instalação da empresa nesta cidade.

5 CONCLUSÃO

Diante da elevada taxa de mortalidade das novas empresas, se faz necessário à elaboração de um planejamento prévio, e uma ferramenta capaz de dar subsídios para a decisão de abrir ou não o negócio é o plano de negócios. Com ele o empreendedor aprimora seu conhecimento sobre o negócio e mercado em que será inserido e minimiza a possibilidade de mortalidade das empresas, uma vez que sua elaboração exige aprendizagem e autoconhecimento.

O presente estudo formalizou um plano de negócios para uma casa de festas infantil, a ser instalada na cidade de São Pedro do Sul, demonstrando a possibilidade de atuação desta empresa, e com isso, foi atingido o objetivo principal do trabalho.

Quanto aos objetivos específicos, foi estudado sobre plano de negócios, o que trouxe conhecimento fundamental para a elaboração do mesmo. A entrevista aplicada aos empreendedores do ramo de casa de festas infantis de Santa Maria foi de grande valia para melhor entender sobre o negócio e poder descrevê-lo.

O levantamento dos custos para a implementação do empreendimento se fez necessário para o desenvolvimento das estimativas dos dados financeiros, pois os mesmos foram os mais fidedignos possíveis, obtidos através da entrevista, da assessoria técnica do SEBRAE e da pesquisa de valores de mercado em sites e contatos telefônicos.

O plano de negócios é uma ferramenta excelente que oferece subsídio para o aprendizado e autoconhecimento sobre o negócio que se pretende abrir, ou mesmo, daquele já existente. É um instrumento eficiente para a visualização da possibilidade de atuação de uma empresa e sua análise financeira.

Após a realização deste estudo, no contexto proposto, pode-se perceber que há possibilidade de a empresa atuar na cidade de São Pedro do Sul, de acordo com os indicadores financeiros apresentados e que o plano de negócios é uma ferramenta essencial de planejamento antes da abertura de novas empresas, para que o empreendedor situe-se no ambiente de negócios.

O prazo de retorno esperado dos investimentos realizados é de 6 anos, 1 mês e 27 dias, considerados satisfatórios para as sócias, uma vez que as mesmas terão recuperado sobre forma de lucro tudo o que gastaram na empresa. Cabe destacar que esta satisfação se deve também a retirada mensal desde o primeiro mês de atividade, o que também as remunera do investimento realizado no empreendimento.

O plano de negócios exige conhecimento em diversas áreas, uma delas é a contabilidade, sendo assim, o contador desempenha um papel importante na elaboração desta ferramenta, pois oferece subsídios com relação ao enquadramento tributário, a apuração dos custos fixos e variáveis, diretos e indiretos, a estimativa dos custos com a folha de pagamento, entre tantas outras informações necessárias. É um profissional fundamental para o futuro empreendedor.

A partir deste estudo, sugere-se como aperfeiçoamento do tema abordado: (1) otimização dos custos estimados; (2) pesquisa de mercado para melhor identificação dos prováveis clientes e também verificar se o preço está acessível para os mesmos; (3) ampliar ou reduzir a quantidade de tipos de festas; (4) ampliar ou reduzir os itens que compõem cada festa. Diante disso, criando novos planos de negócios para o ramo de casa de festas infantis.

REFERÊNCIAS

BRAGA, R. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRASIL. Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 15 dez. 2006. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123.htm>>. Acesso em: 27 jul. 2013.

CATELLI, A. (Coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica – GECON**. São Paulo: Atlas, 1999.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 9ª reimpressão.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FIALHO, F. A. P. et al. **Empreendedorismo na era do conhecimento**. 2. imp. Florianópolis: Visual Books, 2007.

FIGUEIREDO, S; CAGGIANO, P. C. **Controladoria: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 1997.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOTTRY, S. R. **Visão privilegiada em negócios**. Tradução: Miriam Santini. São Paulo: Landscape, 2005.

GUERREIRO, R. **Gestão do Lucro**. São Paulo: Atlas, 2006.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431940&search=rio-grande-do-sul|sao-pedro-do-sul>>. Acesso em: 08 set. 2013

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M de A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

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

MENDES, J. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso.** São Paulo: Atlas, 2009.

MIRSHAWKA, V. **Gestão criativa: aprendendo com os mais bem-sucedidos empreendedores do mundo.** São Paulo: DVS Editora, 2003.

PINCHOT, G.; PELLMAN, R. **Intra-empendedorismo na prática: um guia de inovação nos negócios.** Tradução: Marcia de Andrade Nascentes da Silva. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 3ª reimpressão.

RODRIGUES, A. de J. **Metodologia científica.** São Paulo: Avercamp, 2006.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como elaborar um plano de negócio.** Organizado por Flávio Lúcio Brito; colaboradores Haroldo Mota de Almeida, Luiz Antônio Nolasco dos Santos, Mauro de Souza Henriques. - Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004a.

_____. **Planejamento do negócio: como transformar ideias em realizações.** Armando Clemente, organizador; colaboradores, Alexandre Rocha et al. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004b.

_____. Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** 2011. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/\\$File/NT00046582.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf)>. Acesso em: 08 mai. 2013.

_____. Casa de Festas. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** 2012. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/rio-de-janeiro/quero-abrir-um-negocio/ideias-de-negocios/Casa%20de%20Festas.pdf>>. Acesso em: 30 nov. 2013.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico.** 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICES

Apêndice A – Entrevista semiestruturada conduzida às empresas de entretenimento infantil (casas de festas infantis) de Santa Maria

INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS PARA ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO:

1. Como começou a empresa? Sonho? Estudo? Oportunidade?
2. Quantos anos tem o empreendimento?
3. Qual a forma jurídica?
4. Qual a estrutura funcional?
5. Qual a infraestrutura inicial e atual, caso foi alterada (m²)?
6. Quantos brinquedos possuem? Renovados de quanto tempo?
7. São feitas manutenção dos brinquedos? Existe empresa aqui em Santa Maria para este serviço?
8. Qual foi o investimento inicial?
9. Quantas festas são realizadas em média, mensalmente?
10. Qual faturamento médio mensal?
11. Quantos funcionários possuem?
12. Qual o regime de tributação da empresa?
13. Quais são os serviços prestados (tipo de festa, alugam só o lugar, com bufê, só festa infantil, montam os brinquedos na casa das pessoas)? O que contempla cada festa?
14. Quanto custa em média cada festa?
15. Quanto custa para a empresa cada festa?
16. Você acha que o mercado encontra-se saturado?
17. Você tem clientes de municípios vizinhos?
18. A empresa tem estacionamento próprio para os clientes?
19. O Buffet é terceirizado?
20. Qual a duração de cada festa?
21. Quais são os gastos da empresa no mês?

Apêndice B – Termo de autorização para gravação da entrevista



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

AUTORIZAÇÃO PARA GRAVAÇÃO

Eu _____,
RG: _____, CPF: _____, autorizo a gravação da minha entrevista, pelo meio de gravação de voz. Estou ciente de que apenas o aluno conduzindo o processo de entrevista e o professor/orientador terá acesso as minhas informações de forma direta e qualquer outra utilização destas informações, seja como subsídio à construção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria, seja em publicações acadêmicas só poderá ser feita respeitando meu anonimato. Fui ainda informado que o material ficará de posse do aluno ou do professor/orientador até a apresentação do TCC, sendo posteriormente destruído.

Esclareço que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, o(a) senhor(a) não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com todas as perguntas. Caso decida não participar do estudo, ou resolver a qualquer momento desistir do mesmo, não sofrerá nenhum dano.

Estou ciente de que minha autorização é voluntária, não remunerada e que minha recusa poderá ocorrer a qualquer momento, sem qualquer prejuízo para mim. Por ser verdade, assino de livre vontade.

Santa Maria, _____ de novembro de 2013.

(assinatura do entrevistado(a)/depoente)

Assinatura da Pesquisadora Responsável – Tássia Bayer Dewes

Em caso de dúvidas, você pode procurar a aluna responsável pela aplicação da entrevista: Tássia Bayer Dewes, e-mail: tassiadewes@gmail.com, telefone para contato (55) 91345698.