

FACER – FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANDRÉ LUIZ DE PINA E SILVA



Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

MENPHIS INFORMÁTICA

FACER – FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

MENPHIS INFORMÁTICA

Trabalho de curso submetido à FACER – Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, como requisito necessário para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração, Linha de Formação de Empresas, sob a orientação do Professor Francinaldo Soares de Paula.

32711
Saori

Tombo nº	17691
Classif.:	65.012.45
Ex.:	1
Origem:	d
Data:	01.09.11

RUBIATABA – GO

2010

FICHA DE AVALIAÇÃO

ANDRÉ LUIZ DE PINA E SILVA

MENPHIS INFORMÁTICA

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

Comissão julgadora monográfica para a obtenção do grau de Bacharel em Administração pela
Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.

RESULTADO: _____


Orientador: _____

Francinaldo Soares de Paula
Especialista em Gestão empresarial

2º Examinador _____

Juliano de Caldas Rabelo
Especialista em Gestão empresarial

3º Examinador _____


Uênio Ricardo Braga Marra
Especialista em Docência Universitária

RUBIATABA-GO

2010

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho e manifesto a minha eterna gratidão:

A Deus, por mais esta vitória.

*Ao meu irmão in memória e em especial a minha mãe in memória,
que sempre sonharam em me ver formado, mas Deus os recolheu antes que
pudessem contemplar.*

*Á minha eterna e amada esposa, pela força e encorajamento nos
momentos mais difíceis deste trabalho.*

*Á minha família, que sempre me apoiou e me deu forças nos
momentos mais difíceis.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro a Deus, pela oportunidade e pelo privilégio que me foi dado, em compartilhar tamanha experiência e alcançar esta vitória.

Agradeço a minha família, que representa tudo na minha vida e que sempre me apoiou.

Agradeço aos meus amigos e companheiros de jornada.

Agradeço ao professor Francinaldo Soares de Paula, meu orientador, que através do seu incentivo, simpatia e presteza no auxílio às atividades e discussões se deu a realização deste trabalho.

Agradeço aos demais professores, idealizadores, coordenadores e funcionários desta instituição, que contribuíram para a minha formação. A eles o meu reconhecimento.

O empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que seu trabalho se confunde com prazer.

DOLABELA

RESUMO

O presente trabalho analisa a viabilidade de implantação de uma Lan House na cidade de Ceres – Go, visto que, atualmente há um grande crescimento de pessoas que utilizam a internet nas lan houses. Este trabalho também analisa e elabora os objetivos específicos, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro. O mesmo se justifica pela realização de um sonho e paixão pelo negócio, sendo também um trabalho de conclusão de curso. O referencial teórico apresenta o surgimento do empreendedorismo até a estruturação do plano de negócio. Após analisar todos os fatores envolvidos no processo em que são responsáveis pela implantação do empreendimento, vem o diagnóstico desses fatores fornecer uma visão do negócio, tornando a tomada de decisão mais confiável, pois através dos resultados do plano financeiro, conclui-se que é viável a construção do empreendimento, na cidade de Ceres – Go.

Palavras-Chaves: viabilidade, negócio, empreendimento.

LISTA DE FIGURAS

<u>Figura 1 – Atendimento ao cliente</u>	<u>35</u>
<u>Figura 2 – Plano de ação – pontos fortes</u>	<u>36</u>
<u>Figura 3 – Plano de ação – pontos fracos</u>	<u>36</u>
<u>Figura 4 – Plano de ação – oportunidades</u>	<u>37</u>
<u>Figura 5 – Plano de ação – ameaças</u>	<u>37</u>
<u>Figura 6 – Layout</u>	<u>43</u>

LISTA DE GRÁFICO

<u>Gráfico 1 – Computadores nas residências</u>	<u>38</u>
<u>Gráfico 2 – Computadores conectados à rede</u>	<u>39</u>
<u>Gráfico 3 – Utilizar a internet de acesso pago</u>	<u>39</u>
<u>Gráfico 4 – Frequência da utilização dos serviços</u>	<u>40</u>
<u>Gráfico 5 – Faixa etária</u>	<u>40</u>
<u>Gráfico 6 – Fator decisivo na escolha do serviço</u>	<u>41</u>

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estudo dos concorrentes	31
Quadro 2 – Estudo dos fornecedores.....	33
Quadro 3 – Quadro de pessoal	45
Quadro 4 – Estimativa de investimento total	46
Quadro 5 – Estimativa do investimento fixo.....	47
Quadro 6 – Estimativa do investimento financeiro.....	47
Quadro 7 – Estimativa do investimento pré-operacional	48
Quadro 8 – Balanço patrimonial (inicial)	48
Quadro 9 – Estimativa de faturamento	49
Quadro 10 – Sazonalidade	50
Quadro 11 – Custo mensal e anual	50
Quadro 12 – Estimativa das deduções da receita	51
Quadro 13 – Planilha do simples nacional	51
Quadro 14 – Estimativa de custos com mão-de-obra.....	51
Quadro 15 – Tabela de alíquota	51
Quadro 16 – Estimativa do custo com depreciação	52
Quadro 17 – Estimativa dos custos fixos e variáveis	52
Quadro 18 – Estimativa de despesas fixas	53
Quadro 19 – Demonstrativo de resultados	53
Quadro 20 – Balanço patrimonial (final)	54
Quadro 21 – Fluxo de caixa	57

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
1.1 – Surgimento do Empreendedorismo	15
1.2 – Conceito de Empreendedorismo	16
1.3 – Conceito de Empreendedor	17
1.3.1 – Características do empreendedor	19
1.4 – Plano de Negócio	20
1.4.1 – Estruturação do plano de negócio	22
a) – Capa	22
b) – Sumário	23
c) – Sumário executivo	23
d) – Plano de marketing	23
e) – Plano operacional	23
f) – Plano financeiro	23
1.5 – Lan House	24
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	25
2.1. – A Oportunidade	25
2.2 – O Negócio	25
2.3 – Dados do Empreendedor e Perfil	26
2.4 – Dados do Empreendimento	26
2.5 – Missão	27
2.6 – Visão	27
2.7 – Objetivos	28
3. PLANO DE MARKETING.....	29
3.1 – Mercado	29
3.2 – Descrição dos Principais Serviços	30
3.3 – Estudo dos Clientes	30
3.4 – Estudo dos Concorrentes	31
3.5 – Estudo dos Fornecedores	32
3.6 – Estratégias Promocionais	33

3.7 – Vendas e Pós Vendas	34
3.8 – Análise SWOT	35
3.9 – Pesquisa de Campo	38
4. PLANO OPERACIONAL.....	42
4.1 – Localização do Negócio	42
4.2 – Layout	43
4.3 – Capacidade Comercial	44
4.4 – Processo Comercial	44
4.5 – Dimensionamento de Pessoal	44
5. PLANO FINANCEIRO.....	46
5.1 – Estimativa dos Investimentos Total	46
5.2 – Estimativa dos Investimentos Fixos	46
5.3 – Estimativa do Investimento Financeiro	47
5.3.1 – Estimativa do estoque inicial	47
5.3.2 – Estimativa de capital de giro	48
5.4 – Estimativa do Investimento Pré - operacional	48
5.5 – Estimativa do Faturamento da Empresa	49
5.6 – Estimativa dos Custos Mensal e Anual	50
5.7 – Estimativa das Deduções da Receita	51
5.8 – Estimativa do Custo com Mão-de-obra	51
5.9 – Estimativa do Custo com Depreciação	52
5.10 – Estimativa dos Custos Fixos e Variáveis	52
5.11 – Estimativa das Despesas Fixas	53
5.12 – Demonstrativo de Resultados	53
5.13 – Indicadores de Viabilidade	54
5.13.1 – Margem de contribuição	54
5.13.2 – Ponto de equilíbrio	54
5.13.3 – Lucratividade	55
5.13.4 – Rentabilidade	55
5.13.5 – Pay Back	56
5.14 – Fluxo de Caixa	57
5.15 – TMA	58
5.16 – TIR	58

5.17 – VPL	58
5.18 – VPLD	59
AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	60
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62

INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, a banda larga no país tem crescido muito, mas apenas 21% das residências têm conexão de internet, fazendo assim com que as pessoas procurem os estabelecimentos comerciais onde pagam para utilizar um computador com acesso à internet e uma rede local. Com isso o número de empreendimentos no ramo tem aumentado, onde os clientes exigem qualidade nos serviços, com um local limpo e organizado. Diante desse aumento, percebe-se a possibilidade de criar um empreendimento, surgindo a idéia de elaborar um Plano de Negócio para verificar a viabilidade da instalação de uma Lan House na cidade de Ceres – Go.

O trabalho tem como objetivo geral analisar a viabilidade da abertura de uma empresa na prestação de serviços variados à população, locando computadores aos mesmos, oferecendo o acesso ao mundo da tecnologia de forma democrática, contando com profissionais capacitados, experientes, com qualidade, equipamentos de última geração, garantindo a satisfação dos clientes. Têm-se como objetivos específicos, elaborar e analisar o Plano de Marketing, o Plano Operacional e o Plano Financeiro.

O plano de negócio é elaborado pelo empreendedor para determinar a viabilidade da implantação do negócio na cidade de Ceres – Go, tendo como justificativa a realização de um sonho e paixão pelo negócio e sendo também um trabalho de conclusão de curso para obter o grau de bacharel em administração.

O trabalho está dividido em cinco etapas:

1º - Referencial teórico: aborda conceitos de vários autores sobre o surgimento do empreendedorismo, conceito de empreendedorismo e empreendedor, características do empreendedor, plano de negócio e sua estruturação.

2º - Sumário executivo: mostra a oportunidade e o negócio, define visão, missão e objetivos e o perfil do empreendedor.

3º - Plano de marketing: analisa o mercado, tipos de serviços e produtos, identifica os clientes, concorrentes, fornecedores, estratégias promocionais, vendas e pós-vendas e análise swot.

4º - Plano operacional: define a localidade, layout da empresa, capacidade e processo comercial, e dimensionamento de pessoal.

5º - Plano financeiro: assuntos sobre todo investimento, indicadores e viabilidade financeira.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Surgimento do Empreendedorismo

Para Dornelas (2005, p. 29), é necessário fazer uma análise histórica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo, antes de partir para definições.

O primeiro uso do termo empreendedorismo, foi creditado por Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Ele assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro para vender as mercadorias. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo riscos físicos e emocionais.

Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, mas apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país.

Século XVII, os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram nessa época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Como geralmente os preços eram prefixados, qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor. Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedor; tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos- do capitalista, aquele que fornecia o capital.

Século XVIII, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. Um exemplo foi o caso das pesquisas referentes à eletricidade e à química, de Thomas Edison, que só foram possíveis com o auxílio de investidores que financiaram os experimentos.

Séculos XIX e XX, no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Todos os conceitos citados relatam o empreendedorismo sendo o tipo de comercialização e produção da época. Mas no Brasil segundo Dornelas (2005), o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade

Brasileira para Exportações de Software) foram criadas. O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos pelos pequenos empresários brasileiros; a entidade Softex foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de ações de informática e capacitação em gestão e tecnologia.

Como o mundo tem sofrido várias transformações em curtos períodos de tempo, com as novas invenções e tecnologia, os estilos de vida das pessoas vão se revolucionando. Devido a esse avanço tecnológico o número de empreendedores deve crescer muito, pois proporciona uma competição na economia, onde os empresários adotam paradigmas diferentes. Assim, de acordo com Dornelas (2005, p. 25):

O momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que eliminam barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade. Finalmente assim o empreendedorismo tem sido tratado no Brasil com grau de importância sendo os grandes propulsores da economia.

1.2. Conceito de Empreendedorismo

O termo empreendedorismo surgiu há muitos anos, como foi citado no item anterior vários conceitos podem ser mostrados, mas apenas alguns foram escolhidos para ser citados neste plano de negócio.

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. A palavra empreendedor, de emprego amplo, é utilizada para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc. (DOLABELA, 1999, p. 43)

Dornelas (2005, p. 39) o retrata, como: “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Empreendedorismo envolve o processo de criar algo novo, que tenha valor e seja valorizado pelo mercado. Exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa transformar-se em realidade. Ele requer ousadia, assunção

de riscos calculados e decisões críticas, além de tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos. (CHIAVENATO, 2005, p. 19)

Como se pode ver, Dolabela (1999) retrata o empreendedorismo como aquele que gera riquezas, transformando em produtos e serviços. Dornelas (2005), retrata-o como pessoas que transformam idéias em oportunidades. E por fim, Chiavenato (2005) retrata-o como processo de algo novo, com comprometimento assumindo riscos calculados.

“Empreendedorismo é o ato de criar e gerenciar negócios, assumindo riscos em busca de lucro. O processo empreendedor abrange todas as atividades e ações relacionadas à criação de uma nova empresa”. (CHIAVENATO, 2005, p. 19).

Vários conceitos são encontrados e todos são diferentes, neste trabalho apenas estes serão mostrados, sendo escolhido os autores mais importantes referentes ao empreendedorismo. Sem estudos sobre o empreendedorismo e como montar uma empresa, muitos empreendedores vão ao fracasso em pouco tempo. Assim, o empreendedorismo é algo para gerar novos mercados, novas riquezas e novos empregos.

1.3. Conceito de Empreendedor

O termo empreendedor surgiu na França por volta dos séculos XVII e XVIII, onde há várias definições, podendo ser citada por vários autores importantes como: Chiavenato, Dornelas e Dolabela.

“O termo empreendedor – do francês *entrepreerur*¹ – significa aquele que assume riscos e começa algo novo.” (CHIAVENATO, 2005, p. 3)

“O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidade e inovando continuamente”. (CHIAVENATO 2005, p. 3).

“O empreendedor é aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.” (DORNELAS, 2005, p. 17).

Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. (DORNELAS, 2005, p. 21)

O empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que seu trabalho se confunde com prazer. (DOLABELA, 1999, p. 68).

¹ Palavra originada do francês, significando empreendedor.

Chiavenato (2005), caracterizou o empreendedor como aquele que assume riscos com responsabilidade com inovações contínuas. Já Dorneles (2005) caracteriza-o como aquele que tem visão futura, apaixonados pelo que fazem, sendo diferentes, otimistas, dinâmicos e reconhecidos. E por fim, Dolabela (1999), caracteriza-o como dedicado, definindo o que vai fazer.

O empreendedor é um administrador, mas com um diferencial ele é visionário, explorando novas oportunidades, fazendo a diferença, com dedicação e planejamento em suas ações, criando estratégias para sua empresa.

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. Kirzner (1973) tem uma abordagem diferente. Para ele, o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Ambos, porém, são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta. (DORNELAS, 2005, p. 39)

Chiavenato (2005, p. 5), define o empreendedor como “a pessoa que faz as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”.

O empreendedor tem visão de futuro, possui energia para a economia, perseverança, dinâmica de ideias, cria oportunidades e é às vezes mais rápido do que muitos aventureiros. Ele consegue criar estabilidade em situações incertas, pois ele é criativo e possui muita iniciativa, também enfrenta os desafios, riscos, superando-os e garantindo o sucesso do empreendimento.

E por fim Dolabela (1999, p. 68) conceitua o empreendedor como sendo:

Alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que seu trabalho se confunde com o prazer.

Todos os conceitos são diferentes, tornando difícil criar apenas um conceito para o termo empreendedor, mas em todos os conceitos alguns aspectos em comum são encontrados, sendo eles: assumir riscos, visão futura, com possibilidade de fracassar buscando realizar seus sonhos com paixão.

1.3.1. Características do empreendedor

Para ser um empreendedor de sucesso, o mesmo, deve ter características extras, além de atributos de um simples administrador. Pois, o empreendedor conhece o negócio que atua, faz planejamento para o futuro, assumindo os riscos, alcançando sucesso.

Existem três características para identificar o espírito empreendedor: **necessidade de realização**: as pessoas têm necessidades para realizar algo, iniciando novas empresas competindo, sendo responsáveis por tarefas e objetivos. **Disposições para assumir riscos**: o empreendedor quando inicia seu negócio assume vários riscos, sendo riscos familiares, financeiros, psicológicos. O risco moderado reflete a autoconfiança do empreendedor. **Autoconfiança**: quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar os deságios ao redor, dominar os problemas. (CHIAVENATO, 2005, p. 6)

As principais características que um empreendedor bem sucedido deve possuir ou desenvolver são:

- Iniciativa e busca de oportunidades,
- Perseverança;
- Comprometimento;
- Busca de qualidade e eficiência;
- Coragem para assumir riscos, mas calculados;
- Fixação de metas objetivas;
- Busca de informações;
- Planejamento e monitoração sistemáticos, detalhamento de planos e controles;
- Capacidade de persuasão e de estabelecer redes de contatos pessoais;
- Independência, autonomia e autocontrole.

Tais características devem ser equilibradas, aplicadas com bom senso e, se possível distribuídas, para assim constituir um todo harmonioso. Não basta buscar oportunidades se o empreendedor não se aprofundar na tomada de informações. Também não adianta estabelecer metas objetivas se o empreendedor não for perseverante na sua conquista de nada vale ser independente e autoconfiante se o empreendedor não tiver profundo comprometimento emocional com seu negócio. O segredo é desenvolver todas essas características no seu conjunto, pois elas constituem a matéria-prima básica do homem de negócios, a essência do espírito empreendedor. (CHIAVENATO, 2005, p. 16)

Já para Dornelas (2005, p. 5) as características para o empreendedor ter sucesso são:

- São visionários;
- Sabem tomar decisões;
- São indivíduos que fazem a diferença;
- Sabem explorar ao máximo as oportunidades;
- São determinados e dinâmicos
- São dedicados;
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem;
- São independentes e constroem seus próprios destinos;

- Ficam ricos;
- São líderes e formadores de equipes;
- São bem relacionados;
- São organizados;
- Planejam, planeja e planeja;
- Possuem conhecimentos;
- Assumem riscos calculados;
- Criam valores para a sociedade.

O empreendedor deve ter as características citadas por Dorneles (2005) e Chiavenato (2005), pois são fundamentais para atingir os objetivos traçados, encarando os riscos, vendo o fracasso como outro qualquer resultado, garantindo o sucesso.

Os empreendedores de sucesso estão sempre em busca de novas ideias de negócio e de verdadeiras oportunidades de mercado, ficando atento a tudo que acontece em sua volta. Onde deve sempre ser informado, criando oportunidades para o seu empreendimento.

Os perigos mais comuns nos novos negócios são:

- Não identificar adequadamente qual será o novo negócio;
- Não reconhecer apropriadamente qual será o tipo de cliente a ser atendido
- Não saber escolher a forma legal de sociedade mais adequada;
- Não planejar suficientemente as necessidades financeiras;
- Errar na escolha do local adequado;
- Não saber administrar o andamento das operações do novo negócio;
- Não ter conhecimento sobre a produção de bens ou serviços com padrão de qualidade e de custo;
- Desconhecer o mercado, concorrência, fornecedor;
- Não saber vender e promover os produtos e serviços;
- Não saber tratar adequadamente o cliente. (CHIAVENATO, 2005, p. 13)

1.4. Plano de Negócio

Para a abertura de novos empreendimentos, o plano de negócio é uma ferramenta essencial utilizada para analisar a viabilidade de abertura da empresa. O plano de negócio é um documento onde descreve o empreendimento de forma minuciosa, conhecendo o ambiente interno e externo. Ele é fundamental para todo empreendedor que quer ser bem sucedido na sua empresa.

De acordo com Dornelas (2005, p. 93), com a explosão da internet, no final do ano 1999 e início de 2000, e o Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, propiciaram a disseminação do termo plano de negócios no Brasil.

O plano de negócio – *business plan*² – é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise de sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação. (CHIAVENATO, 2005, p. 128)

“O plano de negócio, é a validação da idéia. A análise de sua viabilidade como negócio. Ele estimula a forma de percepção e apreensão da realidade utilizada pelo empreendedor real.” (DOLABELA, 1999, p. 127).

Plano de negócio é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio 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. (DORNELAS, 2005, p. 98)

Segundo os conceitos, quando um empreendedor toma a decisão em criar um negócio, é de fundamental importância que o mesmo realize um plano de negócio. Com a criação dele, erros podem ser solucionados antes de implantar o negócio, pois, tem meios para lidar com o ambiente interno e externo, descrevendo assim todas as variáveis do negócio, analisando a viabilidade da sua implantação.

A criação de um bom plano de negócio, faz com que o empreendimento seja um sucesso, pois ele planeja, prevê, organiza, analisa, coordena meios para alcançar os objetivos; projeta vendas, estuda os concorrentes e fornecedores, transformando a idéia em uma ótima oportunidade.

E por fim, Bernardi (2007, p. 109), destaca o seguinte conceito:

Um plano de negócios é um projeto específico, desenvolvido para produzir determinados resultados. Desenvolver um plano de negócios envolve cinco etapas distintas: idéia e concepção do negócio, coleta e preparação de dados, análise dos dados, montagem do plano e avaliação do plano.

Segundo Dornelas (2005), muitas empresas brasileiras vão à falência por falta da realização de um plano de negócio, tendo como alguns fatores que caracterizam sua mortalidade, sendo eles: incompetência gerencial, inexperiência no ramo, inexperiência em gerenciamento, negligência nos negócios, fraudes, falta de experiências, atitudes erradas, falta de dinheiro, localização errada, expansão inexplicada, gerenciamento de inventário impróprio,

²

Significa plano de negócio.

excesso de capital em ativos fixos, difícil obtenção de crédito, usar grande parte dos recursos do dono.

O plano de negócio atende objetivos básicos relacionados aos negócios, como: testar a viabilidade de um negócio, desenvolver operações e estratégias, atrair recursos financeiros, transmitir credibilidade e, desenvolver equipe de gestão. (DORNELAS, 2005, p. 99)

Com o plano de negócio o empreendedor simula um planejamento, meios necessários para atingir os objetivos, analisa riscos e oportunidades, podendo realizar mudanças ou abandonar a ideia. Pois a empresa ainda está só no papel, sendo muito mais fácil do que se a empresa estivesse em funcionamento.

1.4.1. Estruturação do plano de negócios

Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um plano de negócios, pois cada negócio tem particularidades e semelhanças, porém qualquer plano deve possuir um mínimo de seções organizadas de forma a manter uma seqüência lógica, as quais proporcionarão um entendimento completo da organização da empresa, seus objetivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira. Com uma boa estrutura, o Plano de negócios permite identificar os riscos e propor planos para minimizá-los ou até mesmo evitá-los, levantar pontos fortes e fracos e definir uma estratégia de marketing para os produtos e serviços. (DORNELAS, 2005, p. 100)

A estruturação de um plano de negócio pode ser diferenciada por vários autores, mas neste plano de negócio estaremos analisando a estrutura feita por Dornelas (2005).

a)

Capa:

A capa, apesar de não parecer, é uma das partes mais importantes do plano de negócio, pois é a primeira parte que é visualizada por quem lê o plano de negócio, devendo, portanto ser feita de maneira limpa e com informações necessárias e pertinentes. Nela tem: nome da empresa, endereço e outros itens visíveis do plano de negócio.

b)

Sumário:

Deve conter o título de cada seção do plano de negócio e a página respectiva onde se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção. Contém todo título de todas as seções do plano, subseções e respectivas páginas.

c)

Sumário executivo:

É a principal seção do plano de negócios. O sumário executivo fará o leitor decidir se continuará ou não a ler o plano de negócios. Portanto, pode ser escrito com muita atenção e revisado várias vezes, além de conter uma síntese das principais informações que constam no plano de negócio. Deve ser dirigido ao público-alvo e explicar qual o objetivo do plano de negócio em relação ao leitor; respondendo a essas perguntas: O que? Onde? Por quê? Como? Quanto? Quando? Nele localizamos dados do empreendimento, perfil do empreendedor, oportunidade de negócio, descrição do negócio, visão, missão e objetivos.

d)

Plano de marketing:

Analisa o mercado, concorrentes, fornecedores, ramo de atividade, informações sobre clientes, analisa Swot³, estratégias promocionais,

e)

Plano operacional:

Apresenta as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo e o processo de produção, indicando o impacto que essas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção. Contendo informações operacionais atuais e previstas de fatores como localização, layout⁴, prestação dos produtos, capacidade de prestação de serviços, dimensionamento de pessoal.

f)

Plano financeiro:

Reflete os números sendo tudo o que foi escrito nas outras seções do plano, incluindo investimentos, gastos, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, rentabilidade,

³ é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usado como base para gestão e planejamento estratégico de uma corporação ou empresa, mas podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário,

⁴ é um esboço mostrando a distribuição física, tamanhos e pesos de elementos como texto, gráficos ou figuras num determinado espaço. Pode ser apenas formas rabiscadas numa folha para depois realizar o projeto ou pode ser o projeto em fase de desenvolvimento.

demonstrativo de resultado, fluxo de caixa, balanço patrimonial, sendo projetados em um período de 5 anos, também faz análise do ponto de equilíbrio, prazo de payback, TIR, e VPL.

1.5.

Lan house

Segundo a fonte SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (2008), o conceito de LAN house é famoso da Coreia do Sul, tais estabelecimentos são bastante comuns e se tornaram particularmente populares a partir de 1998, com o lançamento de jogos. No Brasil, o conceito inicial trazido pela Monkey Paulista se baseou no modelo de negócio utilizado pelas LAN houses da Coreia do Sul, visto que esta foi a primeira LAN house a existir no Brasil, inaugurada em São Paulo, iniciando suas atividades em 1998. A empresa encerrou suas atividades em 2010. Entretanto exatamente uma semana depois por motivos de burocracia, a empresa The @ Game Lan House foi aberta sendo hoje esta a 1º lan house do Brasil em atividade.

Ainda segundo o SEBRAE (2008), o estabelecimento é um centro de entretenimento, educação e cultura. LAN significa *Local Area Network*, ou seja, rede local de computador. LAN house é o estabelecimento no qual é oferecido o uso destes computadores ligados em rede para acesso à Internet e programas em geral, como os jogos eletrônicos e/ou soluções de escritórios. Normalmente, é cobrada uma taxa dos usuários proporcional ao tempo de uso. Em 2007 as LAN houses foram responsáveis por quase 50% dos acessos à Internet no país, nas regiões Norte e Nordeste, o índice é mais expressivo, chegando a quase 70% dos acessos.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1. A Oportunidade

Devido o grande crescimento de pessoas utilizando a internet como meio de comunicação, informações, educação, treinamentos, sites de relacionamento, redes sociais e outros, o empreendedor percebeu que poderia trabalhar a idéia de criar uma lan house na cidade de Ceres – Go.

Como a procura tem aumentado muito e a disponibilidade não é suficiente, aliado com a abertura de um próprio negócio, e paixão pelo negócio, o empreendedor foi impulsionado a escrever o plano de negócio, para analisar a viabilidade da construção do empreendimento.

O empreendedor busca criar sua empresa no mercado de lan house, oferecendo a prestação de serviços em locar computadores e venda de alguns produtos. O mercado está em alta devido muitas pessoas não terem uma conexão de banda larga em suas residências, sendo que o mercado com maior potencial e a prestação de serviços com acesso a internet.

Os clientes focos da empresa são das classes C, D e E, por não possuírem computadores em suas residências ligadas a uma rede local. Os clientes têm como principal necessidade a prestação dos serviços com qualidade, rapidez, com equipamentos de última geração. Para a empresa atender essas necessidades ela sempre contará com máquinas novas, modernas, e um atendimento diferenciado.

Os preços dos serviços e produtos disponibilizados pela empresa, são de forma acessível, melhores do que os concorrentes, onde os clientes estão dispostos a pagar pelo serviço ou produto.

2.2. O negócio

Menphis Informática será um micro-empreendimento comercial, a fim de prestar serviços variados à população, locando computadores aos mesmos, contando com profissionais capacitados, experientes, com qualidade, equipamentos de última geração, garantindo a satisfação dos clientes.

O empreendimento proporciona um local de lazer, oportunidades, educação e cultura às pessoas de todas as idades, com um papel fundamental na sociedade, oferecendo o acesso ao mundo da tecnologia de forma democrática.

Os serviços oferecidos são: acesso a informações rápidas, entretenimento através de jogos, acesso a redes sociais, sites de relacionamento, impressão de documentos, cópia, fax, prestação de serviço de suporte técnico, digitação e impressão de trabalhos, encadernação, plastificação, impressão de fotos, gravação em CD e DVD, consultas, e outros. Para garantir uma melhor satisfação dos clientes a empresa também irá fornecer produtos como: venda de bebidas, salgados, cartões telefônicos, recarga de celulares, comercialização de produtos de informática (hardware, software e periféricos), locação de jogos eletrônicos e outros.

Os clientes do empreendimento são na maioria das classes C D, e E, sendo o público masculino e/ou feminino, com idade entre 12 a 40 anos. Visto como oportunidade de inclusão aos menos favorecidos no mundo da tecnologia. Embora este critério seja muito subjetivo, a empresa não deixará de atender outros clientes.

O empreendimento será localizado na cidade de Ceres à Rua 20 nº. 305, centro.

O empreendimento será na forma jurídica de empresário individual como micro-emprego, no Regime Super Simples.

2.3. Dados do Empreendedor e Perfil

Como o empreendedor gosta de relacionar com o público, e tem habilidade com a internet e programa de informática surgiu a ambição para ser proprietário de um próprio empreendimento. Todo investimento será próprio onde também os lucros serão de 100% do empreendedor, e as decisões e administração da empresa serão tomadas pelo proprietário.

O proprietário será André Luiz de Pina e Silva, casado, com 33 anos, residente em Ceres, acadêmico do 8º período do curso de administração, na Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – GO, atualmente exercendo a função de gerente na SEFAZ.

2.4. Dados do Empreendimento

A razão social ou denominação social do empreendimento será de André Luiz de Pina e Silva, tendo como nome fantasia Memphis Informática, o nome foi escolhido pelo proprietário, onde o mesmo achou interessante, sendo o nome de uma cidade americana.

A empresa Menphis Informática atuará no setor de prestação de serviços e venda de produtos.

A empresa Menphis Informática, será um micro-empresário.

Todas as responsabilidades, lucros e despesas são de incumbência do proprietário, com isso enquadra-se como empresário individual. A empresa será inscrita na Junta Comercial optando pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instituído pela Lei Complementar nº. 123/2006, caso a receita bruta de sua atividade não ultrapassar R\$ 240.000,00 (microempresa) ou R\$ 2.400.000,00 (empresa de pequeno porte) e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

2.5. Missão

Menphis Informática tem como missão ser referência na prestação de serviços em entretenimento de games, diversão digital e eletrônica, e na venda de produtos, com os mais modernos equipamentos de informática, superando as expectativas dos clientes, com profissionalismo e qualidade garantindo uma satisfação dos mesmos.

A missão da empresa foi escolhida, por oferecer aos clientes os melhores serviços em digital e eletrônica. Sendo justificado sua escolha por ser uma empresa de responsabilidade, qualidade perante aos seus clientes, garantindo a satisfação dos mesmos e atingindo um maior numero de clientes a cada dia.

2.6. Visão

Menphis Informática tem como visão consolidar-se no mercado na prestação de serviços, e estar presente no segmento de entretenimento digital, tornando-se com o passar do tempo a maior referência na cidade de Ceres.

A visão escolhida visa no futuro ser a maior referência na mente dos consumidores na cidade de Ceres – Go. Sendo justificada sua escolha, o futuro que a empresa deseja atingir.

2.7. Objetivos

Curto prazo:

- Atender a população próximo a área de atuação da empresa com qualidade.
- Buscar estabilidade financeira.

Médio prazo:

- Atingir um público fiel pela diversidade e inovações na informática.
- Ampliar atuação no mercado.

Longo prazo:

- Expandir qualidade dos serviços oferecidos;
- Ser referência perante aos clientes e concorrentes;
- Consolidar-se no mercado.

3. PLANO DE MARKETING

3.1. Mercado

De acordo com a fonte do SEBRAE (2008) o termo lan house é comumente usado para nomear um estabelecimento comercial onde as pessoas pagam para utilizar um computador com acesso à internet e a uma rede local. Lan é a abreviação para “Local Area Network”, ou rede local de computadores, caracterizada por disponibilizar diversos computadores conectados em rede de modo a permitir a interação dos usuários. O modelo de negócio surgiu na Coreia do Sul e chegou ao Brasil em 1998, impulsionado pelo crescimento dos jogos eletrônicos em rede. Com a popularização da internet, as lan houses deixaram de ser apenas casas de jogos e passaram a prestar serviços variados para a população. A lan house sempre foi um instrumento para a disseminação da banda larga no país, pois o alcance de conexão rápida no Brasil ainda é baixo - atende apenas 21% do total de residências. Metade dos 65 milhões de usuários brasileiros de internet utiliza os serviços prestados pelas lan houses. O faturamento da lan house também pode ser incrementado com a venda de café e bebidas geladas. Tais produtos chegam a aumentar a receita em cerca de 20%. Além disso, o empreendedor pode prestar outros serviços remunerados. Porém, o empreendedor precisa vencer alguns desafios. Com o crescimento da banda larga no país, o público-alvo das lan houses vem migrando para as classes sociais C, D e E e para as regiões Norte e Nordeste do país. E, segundo o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação, 86% das lan houses brasileiras são improvisadas, também chamadas de lan houses de garagem.

Ainda segundo a fonte do SEBRAE (2008), a ABCID – Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital e o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação, existem cerca de 90 mil lan houses em funcionamento no Brasil, sendo que 86% delas são clandestinas e informais. Elas atendem 32 milhões de brasileiros. Os principais usuários pertencem às classes C (52%), e D e E (74%). A maior penetração está na região Nordeste, com 63%, seguida das regiões Norte (59%), Centro-Oeste (47%), Sudeste (38%) e Sul (34%). Pelos dados do PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) do IBGE, 37,2% das pessoas que não navegam na internet não o fazem devido à falta de acesso a computadores. Já a população que acessa a internet, 10% utiliza um centro público de acesso

gratuito e 21,9% utilizam um centro público de acesso pago. Por isso, as lan houses também cumprem um importante papel social. Segundo estudo do Banco Mundial, a cada vez que a penetração da banda larga num país emergente cresce 10%, o PIB local sobe 1,4%. Pesquisas de 2007 apontam que 90% dos usuários urbanos utilizam a internet para comunicação, 83% utilizam para a busca de informações e 72% utilizam para a educação e treinamento. Já na área rural, 87% utilizam para comunicação, 77% utilizam para a busca de informações e 67% utilizam para a educação.

Como o mercado de lan houses tem sido muito procurado, ainda há grandes possibilidades para o sucesso de um novo empreendimento. O público que demanda os serviços das lan houses exigem equipamentos novos, atualizados, e um ambiente agradável.

3.2. Descrição dos Principais Serviços

Menphis Informática irá oferecer todos os serviços com qualidade, profissionalismo, equipamentos de última geração, com ambiente tranquilo e aconchegante, em uma sala que tem 24 m², um sofá, ar condicionado central, bebedouros e banheiro, oferecendo o acesso ao mundo da tecnologia de forma democrática.

Os serviços oferecidos são: acesso a informações rápidas, entretenimento através de jogos, acesso a redes sociais, sites de relacionamento, impressão de documentos, cópia, fax, prestação de serviço de suporte técnico, digitação e impressão de trabalhos, encadernação, plastificação, impressão de fotos, gravação em CD e DVD, consultas, e outros. Para garantir uma melhor satisfação dos clientes a empresa também irá fornecer produtos como: venda de bebidas, salgadinhos, cartões telefônicos, recarga de celulares, comercialização de produtos de informática (hardware, software e periféricos), locação de jogos eletrônicos, e outros.

Para satisfazer os clientes o empreendimento sempre estará atualizando seus equipamentos para que não fiquem defasados. Sendo sempre melhores do que os da concorrência. E os produtos oferecidos serão de qualidade e diversificados, tornando um empreendimento de destaque.

3.3. Estudo dos Clientes

Os clientes do empreendimento são também maioria das classes C, D e E, sendo o público masculino ou feminino, com idade entre 12 a 40 anos. Visto como oportunidades de

inclusão aos menos favorecidos no mundo da tecnologia. Embora este critério seja muito subjetivo, a empresa não deixará de atender outros clientes.

Os clientes irão procurar o empreendimento por não possuírem equipamentos eletrônicos em suas residências, assim irão para utilizar a internet como meio de comunicação, informações, educação, treinamentos, sites de relacionamento, redes sociais e outros.

A forma de pagamento irá variar, onde o preço será acessível a todos os clientes, sendo R\$ 1,00 a hora utilizada. Os produtos oferecidos serão diferenciados. O pagamento poderá ser realizado à vista ou com 30 dias, para clientes fiéis no empreendimento.

A clientela geralmente é fixa, onde os mesmos procuram menores preços, qualidade no atendimento e dos equipamentos, conforto; isso é o que a Memphis Informática irá oferecer aos seus clientes.

3.4. Estudo dos Concorrentes

Na cidade de Ceres possui 5 empreendimentos no ramo, mas nada impede a implantação da empresa, visto que é o melhor, aquele que oferecer serviços desejados com menores preços e qualidade.

Empreendimento	Qualidade	Preço	Serviço
Fast Help	Bom	Média de 1,00 a 100,00	Comércio varejista e manutenção.
Explorer Informática	Bom	Média de 1,50 a 100,00	Comércio varejista e manutenção.
Oficina Digital	Bom	Média de 1,50 a 200,00	Comércio varejista, manutenção e cursos de informática
Nitrox Lan House	Bom	Média de 2,00 a 100,00	Acesso a Internet, trabalhos escolares e manutenção.
Elite	Regular	Varia de acordo com serviço. Média de 2,00 a 50,00	Acesso a Internet e digitação de trabalhos

Quadro 1: Estudo dos concorrentes

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A empresa terá cinco concorrentes:

- Fast Help tem como ponto forte, a oferta promocional, boa estrutura, mas apresenta como ponto fraco, o atendimento.

- Explorer informática apresenta o ponto forte que é a confiança dos clientes, oferecendo equipamentos bons, mas o ponto fraco são os preços altos e a infraestrutura não apresenta boa atração.
- Oficina Digital apresenta como ponto forte a estrutura do ambiente, mas tem como ponto fraco alto preço e atendimento não qualificado.
- Nitrox lan house apresenta boa estrutura como ponto forte, mas os preços são altos.
- Elite possui bom atendimento e boa estrutura como ponto forte, mas os preços são altos e esse é o ponto fraco.

Assim o diferencial que o empreendimento irá oferecer em relação aos seus concorrentes para que tenha boas condições para competir são: aparelhos de última geração, melhores condições de pagamento, profissionais capacitados, qualidade no atendimento, comodidades nas instalações com um ambiente aconchegante, tranquilo e iluminação adequada, produtos diversificados, garantindo a fidelidade dos clientes do empreendimento, e a confiança dos serviços prestados, não procurando assim, os concorrentes. Neste contexto salienta dizer que o preço não é o fator decisivo.

3.5. Estudo dos Fornecedores

Os fornecedores serão as empresas que venderão os equipamentos e produtos utilizados para revenda.

Os equipamentos que a empresa utilizará serão: ar condicionado, computadores, impressora a laser colorida, scanner, softwares, antivírus, sistemas operacionais, jogos eletrônicos e suprimentos de rede.

Os produtos que a empresa utilizará serão: bebidas, salgadinhos, cartões telefônicos, recarga de celulares, CD e DVD.

Os produtos serão adquiridos pelas seguintes empresas: coca cola, ambev, micos, WD logística, submarino, Martins, elma chips.

Os critérios de escolha dos fornecedores são: preços mais baixos e melhores formas de pagamento.

Para não comprometer a empresa será necessário levar em consideração a fidelização, o comprometimento, a qualidade dos fornecedores e o tempo de entrega.

Itens	Fornecedor	Pagamento	Prazo de entrega
Ar condicionado, computadores, impressora, scanner, softwares, sistemas operacionais, jogos eletrônicos, suprimentos de rede, CD e DVD.	Submarino, Martins	Cartão de Crédito ou à vista.	Média de 5 a 10 dias após o pagamento
Salgadinhos	Micos, Elma ships	À vista ou 30 e 60 dias no cartão	Ato da compra
Bebidas	Coca cola, ambev	À vista ou 30 e 60 no cartão	Media de 1 a 3 dias
Cartões telefônicos, recarga de celulares	WD logística	À vista ou 30, 60 e 90 a cartão	Ato da compra

Quadro 2: Estudo dos fornecedores

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

3.6. Estratégias Promocionais

Para fazer com que a marca se fortaleça na mente dos clientes, a empresa sempre buscará novidades para atender os anseios dos consumidores, utilizando como maiores estratégias o uso de tecnologia de ultima geração, criando prioridades, acordos e contratos de fidelidade com seus fornecedores.

As estratégias promocionais utilizadas pela empresa serão:

- Panfletos: informando sobre serviços e produtos da empresa. Esta estratégia ocorrerá em empresas e residências, acarretando um custo benefício para empresa.
- Faixas e painéis pintados.
- Brindes como canetas, calendários e adesivos.
- Carros de som: meio de comunicação mais utilizado para divulgar a empresa.
- Rádio da cidade: utilizando a radio local para levar ao conhecimento dos consumidores a existência da empresa, mostrando sua qualidade, despertando curiosidades e interesse por parte dos clientes.

Todos os meios utilizados terão o objetivo de mostrar aos clientes os serviços e produtos oferecidos pela empresa, com a melhor qualidade da cidade, fazendo com que os mesmos se interessem pelos serviços prestados pela empresa.

A empresa terá preços acessíveis aos clientes, com formas diferenciadas de pagamentos. A empresa também disponibilizará pacotes de utilização para os clientes mais assíduos.

Com todas as estratégias utilizadas, estimulará o comportamento dos clientes, fazendo com que haja aumento dos serviços prestados em curto prazo, ganhando a satisfação dos clientes, e fazendo com que a imagem do empreendimento passe aspectos positivos para que os clientes recomendem à outras pessoas.

Após realizar todas as estratégias promocionais, espera retornos como: aumento da clientela, crescimento financeiro, reconhecimento pela população, sendo a empresa destaque da região.

3.7. Vendas e Pós-vendas

A prestação dos serviços será mediante a procura no estabelecimento, onde os clientes serão recebidos por profissionais capacitados, garantindo a qualidade e satisfação dos serviços e produtos oferecidos.

O empreendimento contará com uma estrutura confortável, aconchegante, com fácil acesso a localidade, facilitando a procura dos clientes.

Os clientes irão procurar o empreendimento para utilizar os serviços oferecidos, utilizando o tempo desejado.

Para garantir as vendas satisfazendo os clientes, a empresa irá oferecer preços acessíveis e menores do que os da concorrência.

A empresa disponibilizará da seguinte forma as vendas:

- Recepção e cadastro de clientes: abrange o preenchimento dos dados do cliente em formulário eletrônico do sistema e a alocação de um computador desocupado.
- Monitoramento: significa o auxílio ao cliente, quando necessário, na execução das tarefas desejadas, tais como imprimir documentos, navegar na web, abrir arquivos, baixar fotos, gravar CDs, etc.
- Encerramento da conta e pagamento: representa o cálculo do valor devido do cliente, referente ao tempo de acesso e aos recursos.

Na pós-venda a empresa estará ouvindo os clientes em relação à satisfação e sugestões, procurando solucionar os problemas colocados pelos clientes, garantindo a satisfação dos mesmos.

A estratégia utilizada pelo empreendimento será estar sempre atento aos preços da concorrência, garantindo menores preços, buscando bons retornos de lucros. Com isso ganha-

se a satisfação dos clientes, e faz com que a imagem da empresa seja referência na mente dos consumidores, sendo ponto forte em relação aos concorrentes.

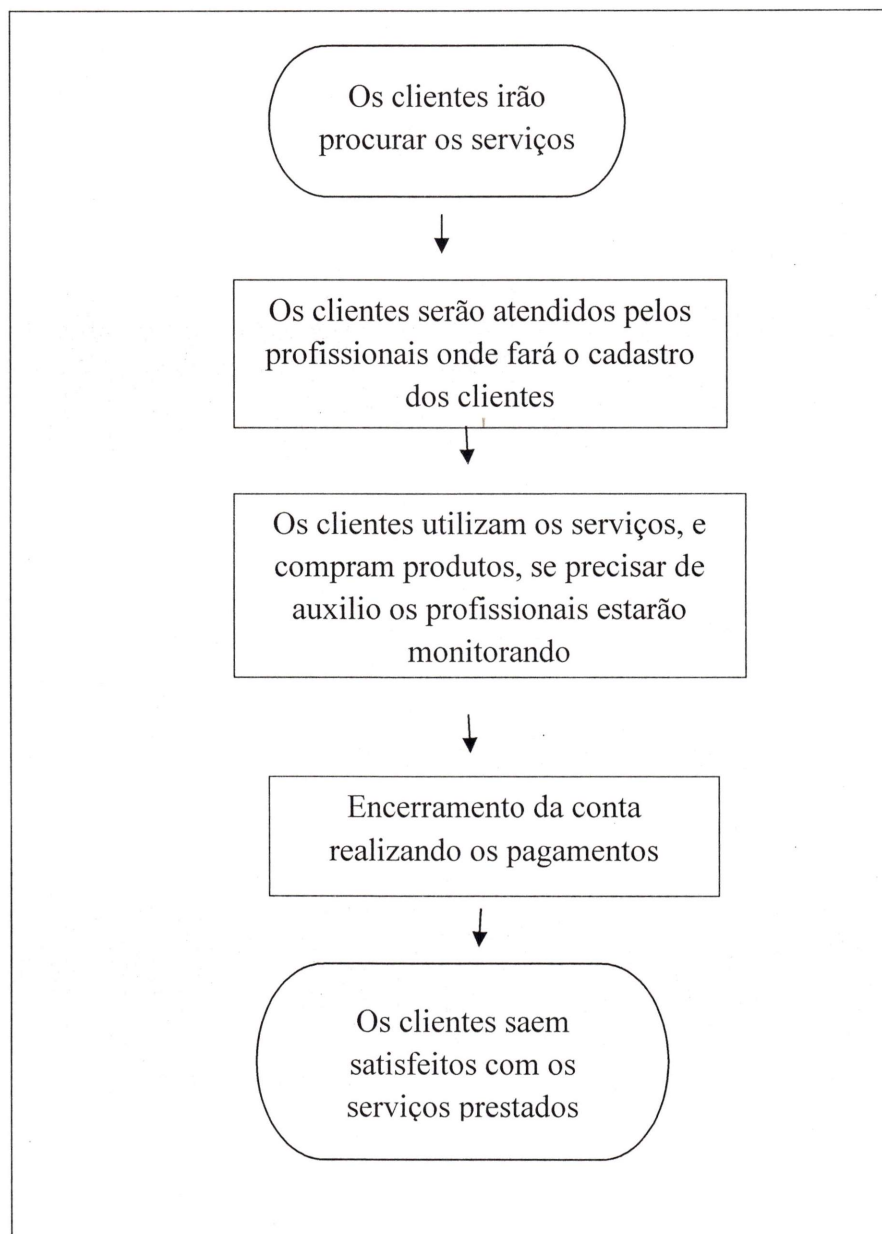


Figura 1: Atendimento ao cliente

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

3.8. Análise Swot

Pontos Fortes

- Serviços e produtos com qualidade, diversificados, preço acessível,
- Qualidade no atendimento, com ambiente agradável.

- Equipamentos de última geração,
- Ponto comercial próprio.

Plano de ação – pontos fortes

O que: ser a empresa com os melhores serviços com equipamentos de última geração, com qualidade no atendimento e em tudo que a empresa oferece, fazendo com que os clientes aumentem o consumo e saiam satisfeitos.

Onde: nos equipamentos, e atendentes.

Porque: com isso as vendas irão aumentar, criando uma fidelidade entre os clientes.

Como: dar sempre a manutenção adequada, trocando os equipamentos para que sejam sempre atualizados, e treinamentos.

Quem: com todos os funcionários

Quando: sempre que os equipamentos se tornarem defasados; e para os funcionários a cada semestre.

Quanto: dependerá do que for utilizar para os equipamentos e R\$ 150,00 mensal com os treinamentos.

Figura 2: Plano de ação – pontos fortes

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Pontos Fracos

- Dificuldade na obtenção de clientes.

Plano de ação – pontos fracos

O que: realizar promoções e divulgação da empresa.

Onde: na cidade

Por que: com a divulgação os clientes irão conhecer a empresa, aumentando o número, estimulando o consumo dos serviços e produtos.

Como: através das estratégias promocionais, com carro de som, rádio, panfletos.

Quem: toda a empresa estará envolvida

Quando: inicialmente a divulgação será mais intensa, depois será de acordo com o necessário, sendo uma média de 3 vezes semanal.

Quanto: média de R\$ 250,00 mensal.

Figura 3: Plano de ação – pontos fracos

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

Oportunidades

- Fidelização com os fornecedores
- Crescimento vertiginoso do número de usuários,
- Experiência no ramo
- Crescimento da economia no município.

Plano de ação – oportunidades

- **O que:** realizar parcerias com fornecedores e aperfeiçoar os conhecimentos do proprietário.
- **Onde:** realizar treinamentos em cursos, seminários, parcerias serão com as empresas.
- **Por que:** para não comprometer o funcionamento da empresa, estreitando o relacionamento com os fornecedores.
- **Como:** através de parcerias e treinamentos.
- **Quem:** com o proprietário
- **Quando:** no início das atividades, e sendo necessário, treinamentos a cada semestre.
- **Quanto:** média de R\$ 200,00 mensal.

Figura 4: Plano de ação – oportunidades

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Ameaças

- Inovações tecnológicas em curto espaço de tempo, fazendo com que rapidamente os equipamentos de informática fiquem ultrapassados.

Plano de ação - ameaças

O que: conquistar a confiança dos clientes oferecendo os melhores serviços e produtos com qualidade e modernidade.

Onde: na empresa

Por que: pois irá garantir a fidelidade dos clientes do empreendimento e a confiança dos serviços prestados, não procurando assim, os concorrentes.

Como: com aparelhos de última geração, melhores condições de pagamento, profissionais capacitados, qualidade no atendimento, comodidade nas instalações com um ambiente aconchegante, tranquilo e iluminação adequada, produtos diversificados,

Quem: toda a empresa estará envolvida

Quando: até conquistar sua visão.

Figura 5: Plano de ação – ameaças
Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

3.9. Pesquisa de Campo

Para analisar melhor a viabilidade da implantação do negócio, foi realizada uma pesquisa de campo, entrevistando 50 pessoas que utilizam os serviços e produtos que a empresa irá oferecer. A pesquisa foi realizada nas ruas da cidade de Ceres – Go.

1. Você possui computador em sua residência?

Esta pergunta tem como objetivo analisar a quantidade de residências que possuem computadores. Com ela pode analisar os tipos de clientes que a empresa terá.

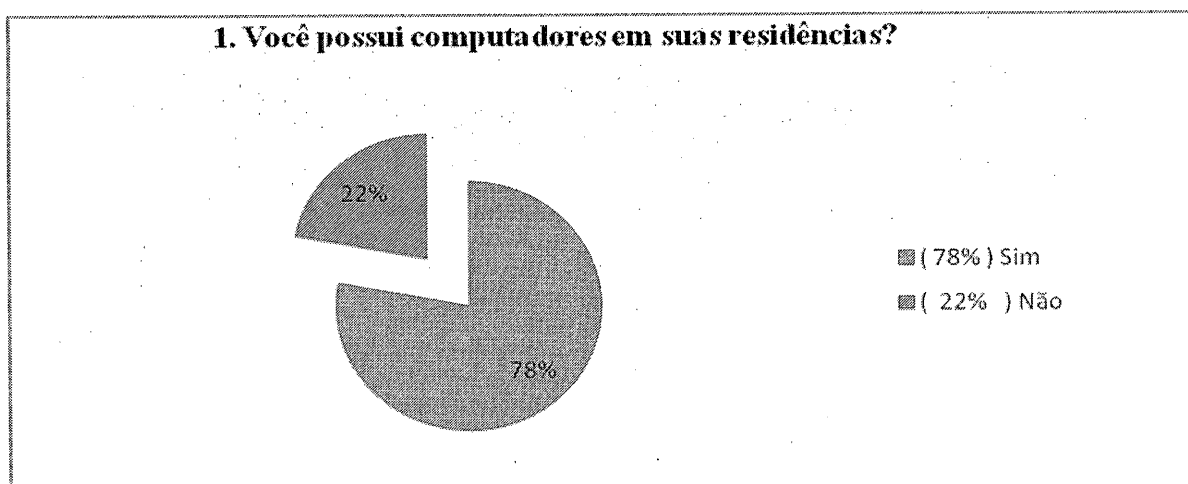


Gráfico 1: Computadores nas residências
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

2. Seu computador é conectado a rede?

A segunda pergunta irá analisar se os que possuem computadores são conectados à rede ou não. Com ela podemos analisar que muitos possuem computadores, mas não tem acesso à rede, sendo necessário ir a locais que possuem.

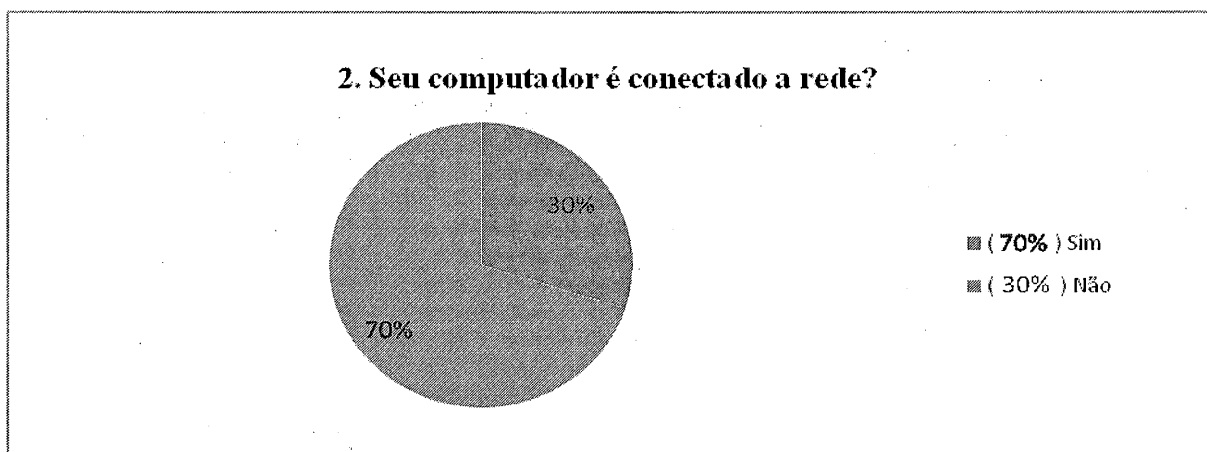


Gráfico 2: Computadores conectados à rede
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

3. Você utiliza a internet de acesso pago?

A terceira pergunta tem o objetivo de analisar quantas pessoas utilizam a internet com acesso pago. Com ela podemos analisar que a empresa terá vários clientes.

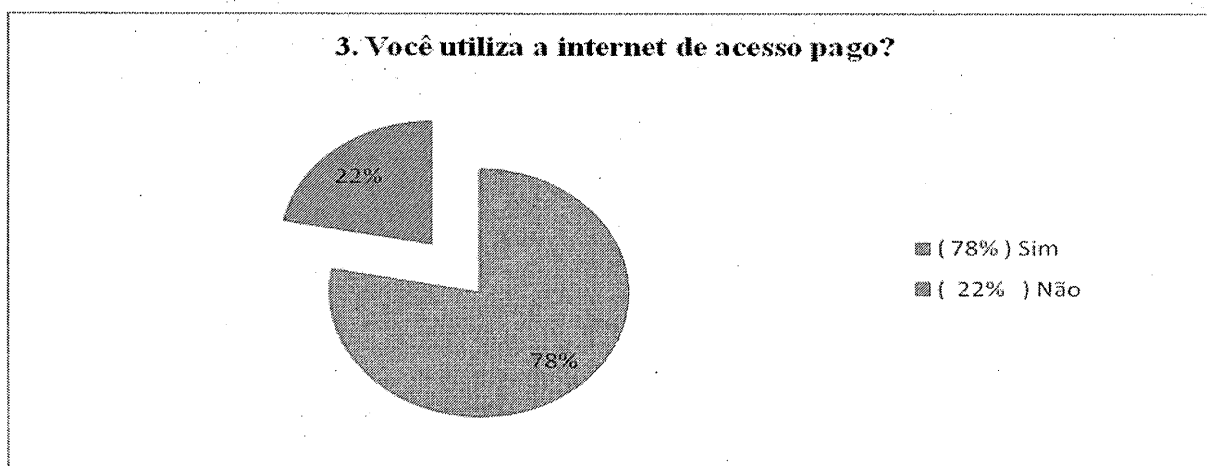


Gráfico 3: Utilizar a internet de acesso pago
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

4. Qual a frequência que você utiliza os serviços?

A pergunta irá analisar a frequência que utilizam os serviços em uma lan house. Com esta pergunta podemos analisar que o mercado está em alta e podemos concorrer.

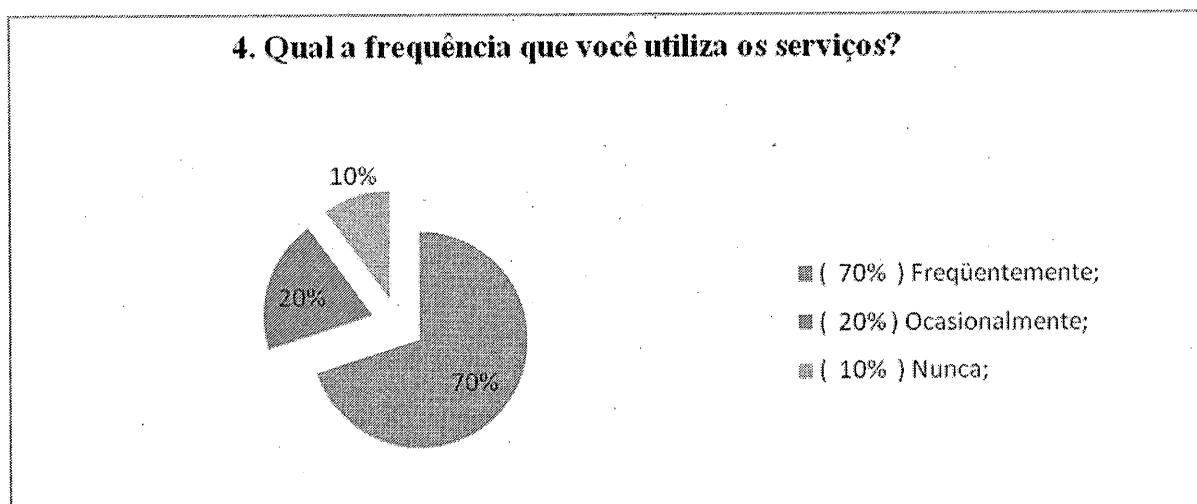


Gráfico 4: Frequência da utilização dos serviços
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5. Qual sua faixa etária?

A pergunta visa analisar a faixa etária dos usuários de uma lan house. Analisando qual o tipo de cliente que a empresa deve focar.

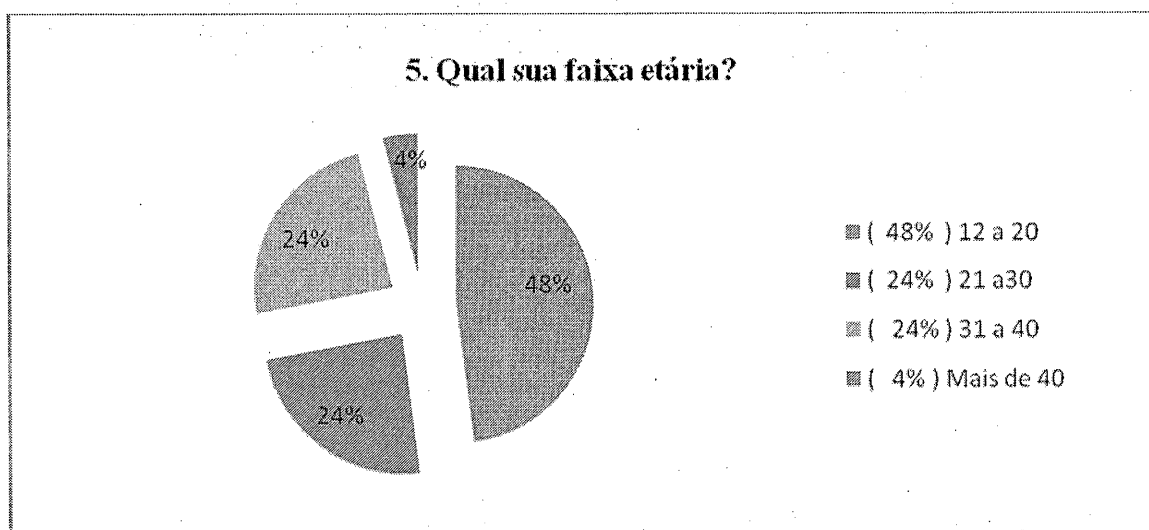


Gráfico 5. Faixa etária
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

6. Qual fator é decisivo na hora da escolha do serviço?

Analisar quais os fatores decisivos na escolha do local para utilizar os serviços de uma lan house. Esta pergunta foi para analisar as necessidades dos clientes, e o que a empresa precisa fazer para ser melhor do que os concorrentes.

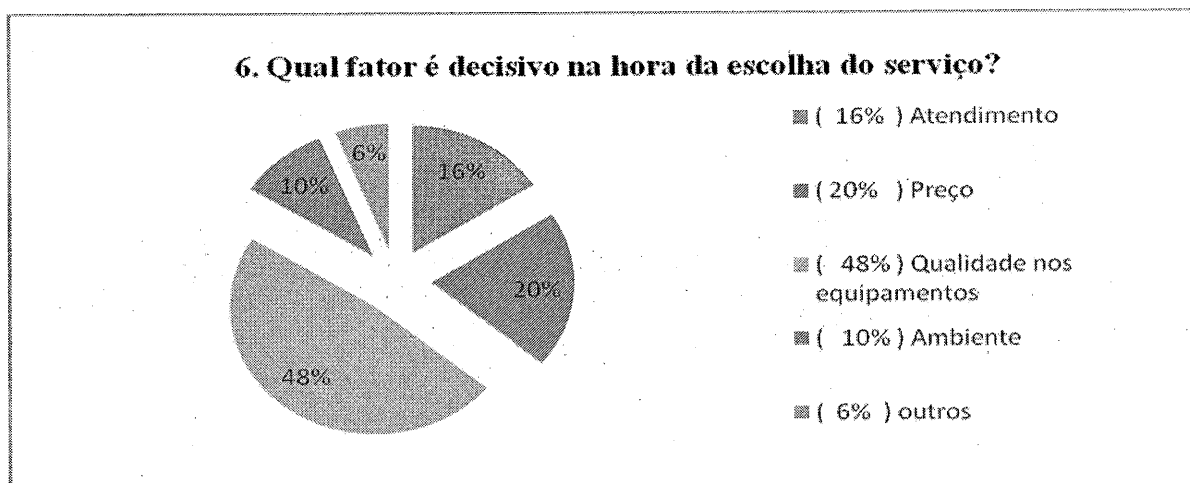


Gráfico 6: Fator decisivo na escolha do serviço
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

4. PLANO OPERACIONAL

4.1. Localização

Menphis Informática será localizado na cidade de Ceres à Rua 20 nº. 305, centro. O local escolhido é de fácil acesso, centralizado, onde há grande fluxo de pessoas, boas qualidades de segurança, qualidade das instalações, completa infraestrutura e proximidade dos clientes.

O empreendimento a ser instalado contará com bom espaço, organização, ventilação, iluminação, comodidade, conforto, fácil acesso, qualidade nos serviços e produtos oferecidos, garantindo a satisfação dos clientes.

O empreendimento também contará com ambiente refrigerado minimizando desgastes dos equipamentos, adequando-se as normas do Corpo de Bombeiros. O local para expor os produtos será organizado, em ambiente limpo, claro e arejado.

O imóvel é próprio, não tendo despesas com aluguel, minimizando os custos, sendo como ponto forte em relação aos concorrentes. Mas o imóvel passará por uma reforma, para melhor comodidade, evitando goteiras, infiltrações, descascamentos, tendo um piso de durabilidades e fácil manutenção, paredes pintadas com tinta acrílica facilitando a limpeza, textura e tintas especiais na fachada valorizando o ponto, utilização de lâmpadas fluorescentes economizando energia, e também terá uma boa fachada chamando a atenção dos clientes.

O imóvel será vistoriado pela prefeitura para ter o alvará de funcionamento, e será enviado um requerimento ao chefe do DFA/SIV do estado, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos. Não havendo nenhuma irregularidade em relação a multas ou atrasos de IPTU a empresa estará legalizada para realizar a abertura do empreendimento.

Quanto aos vizinhos acredita-se que não haverá problemas, por ser um empreendimento entre vários outros empreendimentos de outras atividades.

Mesmo na cidade possuindo os concorrentes, a empresa sempre ira melhorar as estratégias promocionais garantindo a referência perante os clientes.

O local escolhido atende os requisitos colocados pelo empreendedor e pela prefeitura, não havendo impedimentos para a abertura do negócio.

4.2. Layout

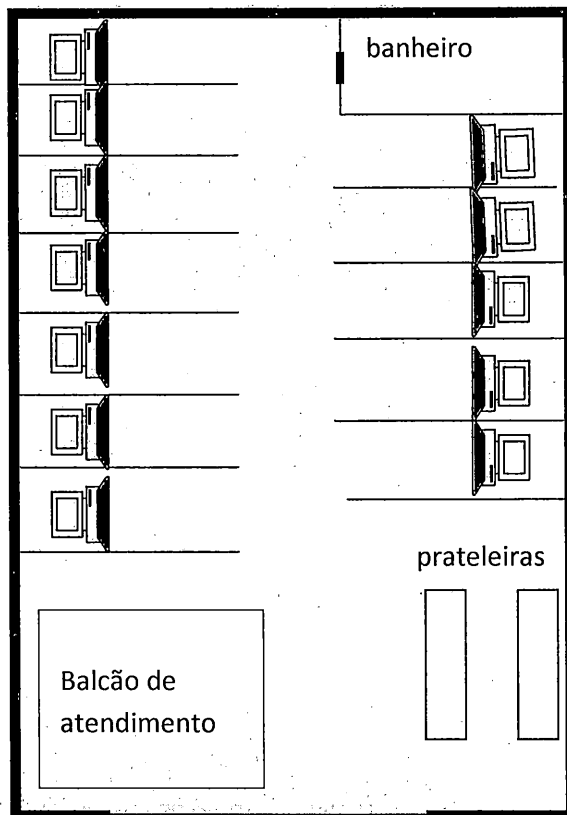


Figura 6: Layout

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

O espaço destinado ao empreendimento compreenderá 30 m², onde o espaço será dividido por divisórias para acomodar 12 máquinas, um balcão de atendimento, duas prateleiras para acomodar os produtos oferecidos, e um banheiro.

A empresa terá 1(um) computador responsável pela administração, sendo a versão servidora, exercendo controles do empreendimento; ele irá possuir um software dando apoio ao total controle de todas as máquinas do estabelecimento, onde terá as regras restritivas ajustadas pelo administrador, realizando a autenticação, liberando o computador ao cliente e cronometrando o tempo de acordo com o valor pago. Pois os mesmos ficam travados enquanto ninguém estiver utilizando. Ela também será responsável por bloqueio de programas indesejáveis, controle de estoque, vendas, faturamentos, controle de conexões e outros.

Os outros computadores serão disponibilizados para o uso dos clientes. Todos os computadores compartilham uma conexão de acesso à banda larga, onde os PCs são

interligados através de um cabeamento estruturado, onde um roteador atua como o concentrador da rede e o modem ADSL conectado a ele, provê o acesso à internet.

4.3. Capacidade Comercial

A empresa irá contar com 3 (três) funcionários para realizar todos os serviços da empresa. Cada um sendo responsável pelo seu cargo, no caso os cargos são atendente e gerente proprietário. A capacidade de comercialização da empresa está ligada diretamente ao atendimento personalizado.

A capacidade de atendimento diário dos clientes será estabelecida, através da quantidade de equipamentos disponíveis e estimativas de serviços prestados.

Será possível atender uma média de 50 clientes diários. Devido muitos clientes ficarem mais de uma hora na máquina, pode calcular uma média de 100 clientes (cada cliente ficar duas horas). Assim atenderá uma média de 300 clientes semanais ou (600 clientes semanais).

O preço pela hora será de R\$1,00.

4.4. Processo Comercial

A empresa funcionará de segunda a sábado das 8:00 h às 21:00 h, fechando das 11:00 h às 13:00 h para horário de almoço. O processo de comercialização se iniciará através do contato dos clientes quando chegarem ao estabelecimento para utilizar dos serviços disponibilizados. Os clientes chegarão ao estabelecimento procurando os serviços, onde os profissionais realizarão o atendimento, pelo serviço solicitado.

4.5. Dimensionamento de Pessoal

A empresa Memphis Informática terá 3 funcionários, divididos em: 1(um) proprietário, e 2 (dois) atendentes. Devido o empreendimento ser de pequeno porte a equipe de funcionários também é pequena, podendo sofrer alterações dependendo da demanda.

- Proprietário: será o gerente responsável por todas as atividades administrativas, financeiras, controle de estoque e comercialização. O mesmo possui conhecimento do negócio do processo produtivo e do mercado.

- **Atendente:** será responsável pelo atendimento presencial e telefônico aos clientes, direcionando os clientes para as máquinas, manutenção de hardware, software e rede, suporte e orientações para navegar na internet, e os outros serviços disponibilizados pelo empreendimento.

O salário será de acordo com a função de cada funcionário.

Para contratar os funcionários, a empresa exigirá experiência comprovada, capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes, cursos técnicos, ética, bom relacionamento para com os clientes.

A empresa também realizará treinamentos em seminários, cursos, com todos os funcionários para adquirir maiores conhecimentos, ficando sempre atualizados com o mercado.

Cargo	Pró-labore	Encargos Sociais				Encargos trabalhistas		Total
		INSS	FGTS	Férias	1/3 Férias	13º Salário	Aviso Prévio	Total mês
Proprietário	1.300,00	143,00	X	X	X	X	X	1.443,00
Atendente	1.200,00	Simples	96,00	100,00	33,33	100,00	100,00	1.629,33

Quadro 3: Quadro de Pessoal

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5. PLANO FINANCEIRO

5.1. Estimativa de Investimento total

Menphis Informática terá como investimento total o valor de R\$ 44.945,00 (quarenta e quatro mil, novecentos e quarenta e cinco reais) sendo a soma dos investimentos financeiros de R\$ 10.445,00 (dez mil, quatrocentos e quarenta e cinco reais), sendo que o estoque inicial de produtos é no valor de R\$ 6.445,00 (seis mil, quatrocentos e quarenta e cinco reais), e um capital de giro no valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais).

Para realização das atividades é necessário um investimento pré-operacional, sendo necessário a reforma do ambiente para tornando-lo agradável, e confortável, também tem as despesas com legislação, divulgação, instalação e outros, sendo um total de R\$ 4.950,00 (quatro mil, novecentos e cinquenta reais).

Todo dinheiro utilizado pela empresa para o início das atividades, será de recursos próprios.

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO TOTAL	
Descrição	Total R\$
Estimativa dos Investimentos Fixos	29.550,00
Estimativa dos Investimentos Financeiros	10.445,00
Estimativa dos Investimentos Operacionais	4.950,00
Total	44.945,00

Quadro 4: Investimento total

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.2. Estimativa de investimentos fixos

Investimentos fixos são todos os bens necessários para o dia a dia da empresa, podendo ser máquinas, telefone.

Para o inicio do funcionamento a empresa necessita adquirir alguns bens. A tabela a seguir mostra a descrição de cada item, quantidade, valor unitário e valor total.

ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS			
Descrição	Qtde.	Valor Unitário R\$	Valor Total R\$
Computadores completos	13	1.100,00	14.300,00
Estabilizadores	13	50,00	650,00
Impressora com scanner	2	350,00	700,00
Softwares, antivírus e sistemas operacionais		1.000,00	1.000,00
Jogos eletrônicos		800,00	800,00
Ar condicionado	1	850,00	850,00
Suprimentos de rede		2.000,00	2.000,00
Cadeiras giratórias	13	90,00	1.170,00
Divisórias	12	80,00	960,00
Telefone com fax	1	350,00	350,00
Calculadora	1	20,00	20,00
Balcão de atendimento	1	350,00	350,00
Máquina de xerox	1	6.000,00	6.000,00
Prateleiras	2	200,00	400,00
Total			29.550,00

Quadro 5: Investimento fixo

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.3. Estimativa dos Investimentos Financeiros

Nos investimentos financeiros são incluídos os estoques iniciais e o capital de giro, sendo o montante de recursos de dinheiro necessário para o funcionamento da empresa, e as matérias-primas.

ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	
Descrição	Total R\$
Estoque inicial	6.445,00
Capital de Giro	4.000,00
Total	10.445,00

Quadro 6: Investimento financeiro

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.3.1. Estimativa do Estoque Inicial

O estoque inicial da Memphis Informática é composto por todos os produtos que a empresa irá utilizar sendo estimado um valor de R\$ 6.445,00 (seis mil, quatrocentos e quarenta e cinco reais).

5.3.2. Estimativa de Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir a dinâmica do seu processo de negócio. A empresa Memphis Informática terá R\$ 4.000,00 (quatro mil reais).

5.4. Estimativa de Investimento Pré-Operacional

Compreendem todos os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que o negócio abra as portas e comece a faturar. Por exemplo, reformas (instalação elétrica, pintura, etc.) taxas de registro, etc. Os recursos são compostos de capital próprio. Estima-se os seguintes investimentos pré-operacionais.

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	
Investimentos Pré-operacionais	Total R\$
Reforma do prédio	2.500,00
Instalações elétricas	850,00
Despesas de legalização	600,00
Divulgação	1.000,00
Total	4.950,00

Quadro 7: Investimento pré-operacional
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

1. Balanço Patrimonial (Inicial)

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE		CIRCULANTE	
Caixa	4.000,00	Fornecedor	6.445,00
Banco	0,00	Financiamento	0,00
Estoque	6.445,00		
PERMANENTE		PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
Investimento	0,00	Capital Inicial	38.500,00
Imobilizado	29.550,00		
Diferido	0,00		
Intangível	4.950,00		
TOTAL	44.945,00		44.945,00

Quadro 8: balanço patrimonial
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.5. Estimativa do Faturamento da Empresa

Para calcular a previsão do faturamento mensal da empresa realiza-se um cálculo da quantidade de serviços prestados no mês, mais a soma dos produtos vendidos.

Com base nos cálculos mensais de produção, o faturamento da empresa no primeiro ano de atividade será de R\$ 203.112,00 (duzentos e três mil, cento e doze reais), devido ter sazonalidade.

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO DA EMPRESA					
Serviço ou produto	Preço unitário	Quantidade		Valor R\$	
		Média mensal	Média anual	Média mensal	Média anual
Utilização dos computadores	1,00 hora	3.000	36.000	3.000,00	36.000,00
Impressão e digitação de documentos	1,00 folha	1.000	12.000	1.000,00	12.000,00
Xerox	0,10	5.000	60.000	500,00	6.000,00
Fax	2,00	100	1.200	200,00	2.400,00
Suporte técnico	30,00	40	480	1.200,00	14.400,00
Locação de jogos eletrônicos	3,50	200	2400	700,00	8.400,00
Impressão de fotos	2,50	100	1.200	250,00	3.000,00
Gravação de CD e DVD	4,00	300	3.600	1.200,00	14.400,00
Encadernação e plastificação	1,00	50	600	50,00	600,00
Bebidas	2,00	1.000	12.000	2.000,00	24.000,00
Salgados	2,00	1.000	12.000	2.000,00	24.000,00
Cartões telefônicos	5,20	100	1.200	520,00	6.240,00
Recarga de celulares	15,00	100	1.200	1.500,00	18.000,00
Produtos de informática	25,00	80	960	2.000,00	24.000,00
Total				16.120,00	193.440,00

Quadro 9: Estimativa de faturamento

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Sazonalidade nos meses de janeiro, julho e dezembro.

SAZONALIDADE			
Mês	Sazonalidade %	Faturamento mensal R\$	Faturamento total R\$
1	+ 20	16.120,00	19.344,00
2		16.120,00	16.120,00
3		16.120,00	16.120,00
4		16.120,00	16.120,00
5		16.120,00	16.120,00
6		16.120,00	16.120,00
7	+ 20	16.120,00	19.344,00
8		16.120,00	16.120,00
9		16.120,00	16.120,00
10		16.120,00	16.120,00
11		16.120,00	16.120,00
12	+ 20	16.120,00	19.344,00
Total		193.440,00	203.112,00

Quadro 10: sazonalidade

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.6. Estimativa dos custos mensal e anual

Os produtos utilizados pela empresa serão estimados mensalmente e anualmente.

Abaixo serão apresentados os materiais, quantidade mensal, custos unitários, custos mensais e custos anuais utilizados pela empresa.

O custo mensal com a matéria-prima será de 6.445,00 (seis mil, quatrocentos e quarenta cinco reais) e o custo anual será de 77.340 (setenta e sete mil, trezentos e quarenta reais).

ESTIMATIVA DOS CUSTOS MENSAL E ANUAL				
Materiais	Qtd. mensal	Custos Unitários R\$	Custo mensal R\$	Custo anual R\$
Bebidas	1.100	1,25	1.375,00	16.500,00
Salgadinhos	1.100	1,15	1.265,00	15.180,00
Cartões telefônicos	110	4,50	495,00	5.940,00
Recarga de celulares	110	14,00	1.540,00	18.480,00
Produtos de informática	90	15,00	1.350,00	16.200,00
CD	300	0,50	150,00	1.800,00
DVD	300	0,90	270,00	3.240,00
Total			6.445,00	77.340,00

Quadro 11: Custos mensal e anual

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.7. Estimativa das Deduções da Receita

As vendas anuais foram estimadas em R\$ 203.112,00. (duzentos e três mil, cento e doze reais).

De acordo com o enquadramento do Simples Nacional, a empresa encaixa na alíquota de 5,47%, onde as deduções anuais serão de:

ESTIMATIVA DAS DEDUÇÕES DA RECEITA				
Descrição	%	Faturamento anual	Custo mensal R\$	Custo anual R\$
SIMPLES NACIONAL	5,47	203.112,00	925,85	11.110,23
Total			925,85	11.110,23

Quadro 12: Estimativa de custos de comercialização

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

PLANILHA DO SIMPLES NACIONAL		
Receita bruta em 1 ano	Alíquota	INSS
Até 120.0000,00	4,00%	1,80%
De 120.000,01 a 240.000,00	5,47%	2,17%
De 240.000,01 a 360.000,00	6,84%	2,71%

Quadro 13: Planilha do simples nacional – comércio

Fonte: Simples Nacional, 2010

5.8. Estimativa de custo com Mão de obra

ESTIMATIVA DE CUSTO COM MÃO-DE-OBRA							
Cargo	Qtd.	Salário mensal	Salário anual	Encargos %	Encargo mensal	Encargo anual	Salário + encargo anual
Pró-labore	1	1.300,00	15.600,00	11,00	143,00	1.716,00	17.316,00
Atendente	2	1.200,00	14.400,00	8,00	96,00	1.152,00	15.552,00
Total		2.500,00	30.000,00		239,00	2.868,00	32.868,00

Quadro 14: Estimativa de custos com mão de obra

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

TABELA DE ALÍQUOTA	
Descrição	Alíquota do FGTS (%)
FGTS sobre o Pró-labore	11,00%
Pessoa simples	8,00%

Quadro 15: Tabela de Alíquota

Fonte: Alíquotas de incidência, 2010

5.9. Estimativa do Custo com Depreciação

Custo com depreciação é o reconhecimento da perda de valor pelo uso ou pela obsolescência do investimento fixo da empresa, tais como móveis, máquinas, equipamentos, instalações, veículos, edifícios, etc.

Itens	Valor do bem R\$	Vida útil (anos)	Depr. Mensal R\$	Depr. Anual R\$
Equipamentos	9.020,00	4	187,92	2.255,00
Equipamentos de informática	17.650,00	5	294,17	3.530,00
Móveis e utensílios	2.880,00	8	30,00	360,00
Total	29.550,00		512,09	6.145,00

Quadro 16: Estimativa do custo com depreciação

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.10. Estimativa dos Custos Fixos e Variáveis

Custos são todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: salários, honorários profissionais, depreciação, matéria-prima, energia, impostos e outros.

ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS		
Custos fixos (A)	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Salários + encargos	2.739,00	32.868,00
Depreciação	512,09	6.145,00
Total	3.251,09	39.013,00
Custos variáveis (B)	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Custos de materiais	6.445,00	77.340,00
Impostos	925,85	11.110,23
Internet	300,00	3.600,00
Energia	350,00	4.200,00
Total	8.020,85	96.250,23
Custo Total (A + B)	11.271,94	135.263,23

Quadro 17: Estimativa dos custos variáveis

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.11. Estimativa das Despesas Fixas

As despesas são gastos que se destinam à comercialização dos produtos e serviços, isto se refere às atividades não produtivas da empresa.

Despesas fixas	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Água	60,00	720,00
Telefone	120,00	1.440,00
Honorários Contador	100,00	1.200,00
Propaganda	250,00	3.000,00
Materiais de limpeza	50,00	600,00
Manutenção	250,00	3.000,00
Treinamentos	150,00	1.800,00
Total	980,00	11.760,00

Quadro 18: Estimativa de despesas fixas

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.12. Demonstrativo de Resultados

“O demonstrativo de resultado é uma classificação ordenada e resumida das receitas e das despesas da empresa em determinado período”. (DORNELAS, 2005, p.165)

Descrição	Valor anual
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	
Venda dos serviços	203.112,00
CUSTOS OPERACIONAIS	
(-) Custos fixos e variáveis	(135.263,23)
(=) LUCRO BRUTO	67.848,77
DESPESAS OPERACIONAIS	
(-) Despesas	(11.760,00)
LUCRO	56.088,77

Quadro 19: Demonstrativo de resultados

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

2. Balanço Patrimonial (Final)

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE		CIRCULANTE	
Caixa	4.000,00	Fornecedor	6.445,00
Banco	0,00	Financiamento	0,00
Estoque	64.333,77		
PERMANENTE		PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
Investimento	0,00	Capital Inicial	38.500,00
Imobilizado	29.550,00	Lucros Acumulados	57.888,77
Diferido	0,00		
Intangível	4.950,00		
TOTAL	102.833,77		102.833,77

Quadro 20: Balanço patrimonial final

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.13. Indicadores de Viabilidade

5.13.1. Margem de Contribuição

$$\text{I.M.C.} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custos Variáveis Totais}}{\text{Receita Total de Vendas}}$$

$$\text{I.M.C.} = \frac{203.112,00 - 96.250,23}{203.112,00} = 0,5261 \text{ ou } 52,61\%$$

O I.M.C. será de 0,5261 ou 52,61%

5.13.2. Ponto de equilíbrio

“No ponto de equilíbrio não há lucro e nem prejuízo. É o ponto no qual a receita proveniente das vendas equivale à soma dos custos fixos e variáveis”. (DORNELAS, 2005, p. 169)

$$\text{P.E. (R\$)} = \frac{\text{Custo fixo} + \text{despesa Fixo Total}}{\text{Índice margem de contribuição}}$$

$$\text{P.E (RS)} = \frac{39.013,00 + 11.760,00}{0,5261} = 96.508,27$$

A empresa terá uma receita total de R\$ 96.508,27 para cobrir todos os seus custos, o que equivale a R\$ 8.042,36 mensais.

Isto é satisfatório porque como as projeções de venda da empresa são de R\$ 16.120,00 mensais, ela irá cobrir os seus custos e despesas, pois o seu ponto de equilíbrio equivale a R\$ 8.042,36 mensais, sendo que a empresa não terá nem prejuízos.

5.13.3. Lucratividade

Lucratividade é a relação do valor do lucro com o montante de vendas, ou seja, divide-se o valor do lucro pelo volume de vendas (lucro líquido/vendas), medindo o lucro líquido anual em relação às vendas.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{56.088,77}{203.112,00} \times 100 = 27,61\%$$

Como a receita total da empresa será de R\$ 203.112,00 após pagar todas as despesas e impostos sobram R\$ 56.088,77 na forma de lucro. Indicando que a lucratividade será de 27,61% ao ano ou 2,30% mensal.

Como a empresa está iniciando, a lucratividade é satisfatória, mesmo que os valores do SEBRAE sejam maiores.

Segundo a fonte SEBRAE (2007), para as micro e pequenas empresas a lucratividade (lucros sobre as vendas) varia em torno de 5% a 10% para indústria e comércio. No caso de prestadoras de serviços ficam em torno de 15% a 20%. Para os pequenos negócios os lucros gerados devem ser equivalentes a 3% ao mês em média do valor dos investimentos próprios.

5.13.4. Rentabilidade

Rentabilidade é uma medida do retorno de um investimento. Calcula-se dividindo o lucro obtido pelo valor do investimento inicial. Pode-se dizer que a rentabilidade é a

quantidade de dinheiro que o investidor ganha para cada quantia investida. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{56.088,77}{44.495,00} \times 100 = 126,06\%$$

Isso quer dizer que o futuro empreendedor irá recuperar 126,06% anual do valor investido através dos lucros do negócio.

Segundo a fonte do SEBRAE (2008), a rentabilidade esperada para micro e pequenas empresas é de 2% a 4% ao mês sobre investimento

5.13.5. PayBack

“Payback mede o tempo necessário para a recuperação do capital inicialmente investido”. (DORNELAS, 2005, p. 72)

$$\text{Pay back} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro líquido}}$$

$$\text{Pay back} = \frac{44.495,00}{56.088,77} = 8 \text{ meses e } 11 \text{ dias}$$

Após o início das atividades da empresa, o empreendedor irá gastar 8 meses e 11 dias para recuperar sob a forma de lucro, o que gastou com o investimento total. Sendo satisfatório porque a empresa em um pequeno tempo recupera o valor investido.

5.14. Fluxo de caixa

Discriminação	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1. Investimento	-44.495,00					
2. Receitas totais		203.112,00	209.205,36	215.481,52	221.945,97	228.604,35
3. Custos e despesas totais		129.768,00	132.488,20	135.278,01	138.139,51	141.074,85
3.1. Custos fixos		32.868,00	32.868,00	32.868,00	32.868,00	32.868,00
3.1.1. Mão-de-obra e encargos		32.868,00	32.868,00	32.868,00	32.868,00	32.868,00
3.2. Custos variáveis		85.140,00	87.860,20	90.650,01	93.511,51	96.446,85
3.2.1. Custos de materiais		77.340,00	79.660,20	82.050,01	84.511,51	87.046,85
3.1.2. Internet		3.600,00	3.800,00	4.000,00	4.200,00	4.400,00
3.2.2. Energia		4.200,00	4.400,00	4.600,00	4.800,00	5.000,00
3.3. Despesas fixas		11.760,00	11.760,00	11.760,00	11.760,00	11.760,00
3.3.1. Água		720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
3.3.3. Telefone		1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00
3.3.4. Honorário contador		1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
3.3.5. Propagandas		3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
3.3.6. Materiais de limpeza		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
3.3.7. Manutenção		3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
3.3.8. Treinamentos		1800,00	1800,00	1800,00	1800,00	1800,00
4. Lucro tributável		73.344,00	76.717,16	80.203,51	83.806,46	87.529,50
5. Tributação simples (5,47)		11.110,23	11.443,53	11.786,84	12.140,44	12.504,66
6. Disponibilidades		62.233,77	65.273,63	68.416,67	71.666,02	75.024,84
7. Amortização		-11.123,75	-11.123,75	-11.123,75	-11.123,75	
8. Saldo acumulado		51.110,02	105.259,90	162.552,82	223.095,09	298.119,93

Quadro 21: Fluxo de caixa

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.15. Taxa Mínima de Atratividade – TMA

TMA é a rentabilidade mínima exigida dos investimentos pelos dirigentes da empresa como parte da sua política de investimentos.

A empresa Memphis Informática terá uma atratividade de 18% a.a. sendo 1,3888% a.m.

5.16. Taxa Interna de Retorno – TIR

É a taxa que em determinado período de tempo iguala com as entradas e saídas de caixa.

Valor do investimento inicial	enter	chs	g	pv	entradas	g	pmt
44.495,00					62.233,77	g	pmt
					65.273,63	g	pmt
					68.416,67	g	pmt
					71.666,02	g	pmt
					75.024,84	g	pmt f fv

$$\text{T.I.R} = 146,71\%$$

Levando em consideração que a taxa mínima de atratividade de 18% a.a., o projeto é viável, pois, o valor 146,71% é maior que a TMA.

5.17. Valor Presente Líquido – VPL

VPL é a fórmula matemática-financeira de se determinar o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial. Basicamente, é o cálculo de quanto os futuros pagamentos somados a um custo inicial estaria valendo atualmente.

$$\text{VPL} = \text{Entradas} - \text{Investimento Inicial}$$

$$\text{VPL} = 298.119,93$$

Conclui-se que o VPL será satisfatório, sendo o projeto viável, pois o valor presente dos futuros fluxos de caixa é maior que o investimento inicial.

5.18. Valor Presente Líquido Descontado

VPLD = Entradas – investimento inicial

VPLD = 210.949,21 - 44.495,00

VPLD = 166.454,21

Fluxo de caixa anual / enter / chs / fv / tempo n / taxa de juros a.m. / i / pv

62.233,77 enter chs fv 12 n 1,3888 i pv = 52.740,75

65.273,63 enter chs fv 24 n 1,3888 i pv = 46.807,16

68.416,67 enter chs fv 36 n 1,3888 i pv = 41.641,13

71.666,02 enter chs fv 48 n 1,3888 i pv = 36.965,29

75.024,84 enter chs fv 60 n 1,3888 i pv = 32.794,88

AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após a finalização do plano de negócio realizado, o empreendedor pode analisar e avaliar todas as idéias e opções para a criação da empresa. Com o plano de negócio analisamos o mercado, identificando os pontos fortes e fracos, identificando também o cliente foco, fornecedores, concorrentes, as ameaças e oportunidades possíveis para a tomada de decisões da empresa, evitando os riscos, garantindo o funcionamento da empresa com sucesso.

O plano de marketing analisou a grande variedade de serviços e produtos que a empresa terá, sendo com equipamentos de última geração, com qualidade, profissionalismo, preços acessíveis e outros atingindo a satisfação dos clientes. Analisou ainda como serão e quais serão os clientes. O diferencial que o empreendimento irá oferecer em relação aos seus concorrentes para que tenha boas condições para competir são: aparelhos de última geração, melhores condições de pagamento, profissionais capacitados, qualidade no atendimento, comodidades nas instalações com um ambiente aconchegante, tranquilo e iluminação adequada, produtos diversificados, garantindo a fidelidade dos clientes do empreendimento, e a confiança dos serviços prestados, superando-os. Para não comprometer a empresa será necessário, levar em consideração a fidelização, o comprometimento, a qualidade dos fornecedores e o tempo de entrega. Com as estratégias promocionais utilizadas, espera-se que estimule o comportamento dos clientes, fazendo com que haja aumento dos serviços prestados em curto prazo, ganhando a satisfação dos clientes, e fazendo com que a imagem do empreendimento passe aspectos positivos para que os clientes recomendem as outras pessoas. E por fim a análise Swot irá procurar melhorar as oportunidades, pontos fortes e fracos e ameaças.

O plano operacional apresentou que o empreendimento a ser instalado contará com bom espaço, organização, ventilação, iluminação, comodidade, conforto, fácil acesso, qualidade nos serviços e produtos oferecidos, garantindo a satisfação dos clientes. E a capacidade e o processo comercial e dimensionamento de pessoal são suficientes para o início das atividades da empresa.

Por fim o plano financeiro demonstrou que é viável a implantação da empresa, pois o mesmo apresentou vários fatores positivos, onde o capital a ser investido é o imóvel e de recurso próprio, e os indicadores de viabilidade mostram que são bons para a empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após finalizar o trabalho concluímos que houve vários momentos de dificuldades do empreendedor, onde muitos esforços, força de vontade, e a conquista de um sonho, superaram todos os problemas, sendo eles:

- Dificuldade para construir o TCC, sendo pouco o prazo para realização do mesmo, mas com auxílio dos professores, tudo ficou mais fácil e prático.
- A deslocação para a faculdade, deixando a família e correndo perigos, mas com o uso da tecnologia as orientações foram mais facilitadas.
- Conciliar o trabalho, faculdade, família, cursos e outros.

Após analisar todos os problemas envolvidos, o trabalho foi concluído com sucesso, superando as expectativas do empreendedor, onde pode colocar em prática a realização de um sonho, que é a construção de uma empresa em lan house.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócio:** fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor:** a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. **Lucro, lucratividade e rentabilidade,** 2007 Disponível em:
<http://www.df.sebrae.com.br/mostraPagina.asp?codServico=378>. Acesso em: 28 nov. 2010

_____, 2008. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/definaneocio/idéias-de-negocio/integra_idéia?rs=lanhouse. Acesso em: 10 out. 2010

SIMPLES NACIONAL. **Partilha do simples nacional – comércio,** 2009. Disponível em:
<http://www.affectum.com.br/snacional/tabelas.htm>. Acesso em: 28 nov. 2010

TABELA ALÍQUOTA. **Alíquotas de incidência,** 2009. Disponível em:
http://www.contadores.cnt.br/portal/tabela_fgts_aliq.php. Acesso em: 28 nov. 2010

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB/1- 1528

APÊNDICE

A pesquisa foi realizada com 50 entrevistados aleatoriamente. A pesquisa foi realizada nas ruas da cidade de Ceres – Go.

1. Você possui computador em sua residência?
 Sim
 Não

2. Seu computador é conectado à rede?
 Sim
 Não

3. Você utiliza a internet de acesso pago?
 Sim
 Não

4. Qual a frequência que você utiliza os serviços?
 Frequentemente
 Ocasionalmente
 Nunca

5. Qual sua faixa etária?
 12 a 20 anos
 21 a 30 anos
 31 a 40 anos
 mais de 40 anos

6. Qual o fator decisivo na hora da escolha do serviço?
 atendimento
 preço
 qualidade nos equipamentos
 ambiente
 outros