



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

**Jane Daniele Sedrim Nunes, 0101013301
Luciana Queiroz de Freitas, 0101003501**

**Análise da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa no Município de
Santa Izabel do Pará, sob a ótica do plano de negócios**

**BELÉM-PARÁ
JANEIRO-2005**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

**Jane Daniele Sedrim Nunes, 0101013301
Luciana Queiroz de Freitas, 0101003501**

**Análise da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa no Município de
Santa Izabel do Pará, sob a ótica do plano de negócios**

Trabalho destinado à avaliação da disciplina
Administração Financeira e Orçamentária
empresarial.

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

**BELÉM-PARÁ
JANEIRO-2004**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

**Jane Daniele Sedrim Nunes, 0101013301
Luciana Queiroz De Freitas, 0101003501**

**Análise da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa no Município de
Santa Izabel do Pará, sob a ótica do plano de negócios**

Trabalho destinado à avaliação da disciplina
Administração Financeira e Orçamentária
empresarial.

Aprovado em: _____

Conceito: _____

Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

**BELÉM-PARÁ
JANEIRO-2004**

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente a Deus, que é o grande responsável pela nossa existência, aos nossos familiares, os quais nos guiaram desde o início dessa nossa caminhada educacional, sempre nos mostrando que a educação é o meio mais adequado para o ser humano atingir seus objetivos.

Aos namorados e amigos, grandes incentivadores de nossos estudos e que contribuíram direta ou indiretamente para a realização deste estudo.

Agradecemos, ainda ao docente que ministrou essa disciplina, pela explanação e orientação acerca dos assuntos abordados neste trabalho acadêmico.

RESUMO

Este trabalho tem por finalidade evidenciar a relevância do estudo da viabilidade econômico financeira, com base no plano de negócios para que se torne possível a continuidade do empreendimento.

É muito comum as pessoas que dispõem de um capital resolverem montar um negócio, em busca de conquistar meios próprios de subsistência. Entretanto, essas pessoas entram no mercado sem realizar nenhuma análise sobre os riscos do empreendimento, quase sempre por falta de conhecimento e até mesmo por acreditarem que para o sucesso do empreendimento basta possuir o capital para investir.

Portanto é diante deste contexto que foi elaborado um estudo, com o propósito de auxiliar o empreendedor, orientando-o sobre a importância do planejamento e da devida construção do plano de negócios para o sucesso no presente e no futuro do empreendimento.

O Estudo será desenvolvido, tomando como base um pequeno empreendimento, voltado para a produção de polpa de frutas, situado no município de Santa Izabel do Pará. Tal empreendimento já se encontra no mercado, porém, como na maioria dos pequenos empreendimentos, a produção é realizada sem um controle de custos, e sem um Plano de Negócios que venha a viabilizar o sucesso do mesmo.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	4
RESUMO	5
INTRODUÇÃO	7
TÍTULO DO ESTUDO (TEMA)	8
OBJETIVOS DO ESTUDO	8
♦ <i>A importância do estudo.</i>	8
♦ <i>que o discente se propõe alcançar em seu estudo.</i>	8
♦ <i>que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas.</i>	8
♦ <i>A delimitação do estudo</i>	8
♦ <i>A organização do estudo</i>	9
PÚBLICO ALVO	9
JUSTIFICATIVA	9
METODOLOGIA DO ESTUDO	10
BIBLIOGRAFIA	11
PLANO DE NEGÓCIOS	14
1-Sumário Executivo	14
2- Descrição do Negócio	14
3- Produtos	15
3.1- DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	15
3.2- PREVISÃO DE LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS	15
4- Análise da Concorrência	16
6- Plano de Marketing	17
6.1- PRODUTO	17
6.2- PREÇO	18
6.3- PRAÇA.....	18
6.4- PROPAGANDA.....	19
7- Estrutura da Empresa	19
7.1- ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	19
7.2- LOCALIZAÇÃO E INFRA-ESTRUTURA	20
7.3- ASSESSORIAS EXTERNAS	21
7.4- EQUIPE DE GESTÃO	21
8- Plano Financeiro	22
8.1- INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS	22
8.6- ANÁLISE DE INDICADORES DE AVALIAÇÃO DO NEGÓCIO.....	28
8.6.1- INDICADORES DE RENTABILIDADE	28
ANEXOS	29
BIBLIOGRAFIA	39
SITES PESQUISADOS	40

INTRODUÇÃO

A economia brasileira vem passando por grandes mudanças, as quais refletem diretamente na sociedade, um exemplo disso são as facilidades encontradas, hoje em dia, para o pequeno empreendedor obter empréstimos e financiamentos, se compararmos com algumas décadas atrás.

Entretanto não basta possuir capital suficiente para começar um negócio é necessário todo um estudo a cerca da viabilidade econômico e financeira na criação do empreendimento, para que se possa prever presentes e futuros riscos e assim poder montar um plano de negócios que seja adequado para se alcançar o sucesso do empreendimento.

O grande problema dos empreendedores é a falta de planejamento nos negócios, o que leva muitas vezes à descontinuidade antes mesmo de completar 05 (cinco) anos de existência, segundo estatísticas. O motivo disto está no fato das pessoas decidirem montar um negócio, se achando capazes de administrá-lo, sem possuírem o devido conhecimento administrativo e financeiro para iniciar e mantê-lo no mercado.

Diante deste contexto, é de extrema importância este estudo, que terá a finalidade de orientar o empreendedor sobre a importância da elaboração do Plano de Negócios para o sucesso do empreendimento.

TÍTULO DO ESTUDO (Tema)

Análise da viabilidade econômico-financeira de uma micro-empresa no Município de Santa Izabel do Pará, sob a ótica do plano de negócios.

OBJETIVOS DO ESTUDO

♦ A importância do estudo.

A excessiva carga tributária do país, a dificuldade para obter capital de giro, a inadimplência de clientes, o desconhecimento e a inexperiência sobre empreendedorismo, administração e organizações e métodos são algumas causas da falência empresarial da atualidade. Por isso, estudar sobre a temática proposta se torna de grande relevância, haja vista que enfatizará a necessidade de se elaborar um plano de negócios sobre o empreendimento, isto é, a partir desta análise será possível obter ciência sobre a viabilidade econômica- financeira futura do negócio, auxiliando, desta forma, as pessoas interessadas pelo sucesso da empresa.

♦ que o discente se propõe alcançar em seu estudo.

Possibilitar um estudo acerca da viabilidade financeira e econômica de uma micro-empresa, bem como enfatizar a importância de um Plano de Negócio previamente elaborado sobre os possíveis riscos de descontinuidade empresarial.

♦ que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas e/ou científicas.

Alertar as pessoas para os riscos que um empreendimento possui, tendo como ferramenta de grande relevância, previamente formulada, o Plano de Negócios.

♦ A delimitação do estudo

Este estudo visa uma análise da área administrativa e financeira do empreendimento, a fim de verificar a viabilidade econômica e financeira sob a ótica do Plano de Negócios.

◆ **A organização do estudo**

Este estudo consta

- a) Capa;
- b) Folha de Rosto;
- c) Termo de Aprovação;
- d) Agradecimentos;
- e) Resumo;
- f) Sumário;
- g) Conteúdo textual: Introdução, Planejamento e Procedimentos Metodológicos do Estudo; Fundamentação Teórica; Conclusão do estudo.
- h) Anexos,
- i) Bibliografia.

PÚBLICO ALVO

As pessoas interessadas em empreender, bem como os discentes que queiram apreender ou mesmo aqueles que já encontram-se em atividade no ramo dos negócios e que queiram melhorar seu desempenho no empreendimento.

JUSTIFICATIVA

A necessidade de se fazer este estudo, está baseada no grande problema dos empreendimentos em nosso país, os quais não conseguem se manter no mercado, devido a falta de planejamento.

As dificuldades enfrentadas ocorrem principalmente devido a falta de um estudo prévio da viabilidade da criação do negócio, o que de fato interfere em uma análise de riscos do futuro empreendimento, bem como na análise da capacidade de competitividade, na análise de retorno do capital investido e etc., destacando desta forma que a realização de um Plano de Negócios adequado proporcionará uma análise da empresa, enfatizando a possibilidade de continuidade do negócio.

METODOLOGIA DO ESTUDO

O estudo será realizado através de pesquisas bibliográficas e pesquisa de campo.

A revisão literária será feita nos acervos da Universidade Federal do Pará e em outras instituições de ensino superior da cidade de Belém, bem como em sites que tratam deste assunto.

O estudo, também, será desenvolvido através de pesquisa de campo, que será realizada na própria fábrica em análise (exemplo elucidativo), tendo como base de pesquisa todos os departamentos da mesma.

BIBLIOGRAFIA

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. **Trabalho de Conclusão de Curso: “*Estudo da Viabilidade Econômico-Financeira de uma micro-empresa na Região Metropolitana de Belém sob a ótica do Plano de Negócios*”**.

LAKATOS, Eva Maria & Marconi, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

ÍNDICE 2- PLANO DE NEGÓCIOS

<i>PLANO DE NEGÓCIOS</i>	14
1-Sumário Executivo	14
2- Descrição do Negócio	14
3- Produtos	15
3.1- DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	15
3.2- PREVISÃO DE LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS	15
4- Análise da Concorrência	16
6- Plano de Marketing	17
6.1- PRODUTO	17
6.2- PREÇO	18
6.3- PRAÇA.....	18
6.4- PROPAGANDA.....	19
7- Estrutura da Empresa	19
7.1- ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	19
7.2- LOCALIZAÇÃO E INFRA-ESTRUTURA	20
7.3- ASSESSORIAS EXTERNAS	21
7.4- EQUIPE DE GESTÃO	21
8- Plano Financeiro	22
8.1- INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS	22
8.6- ANÁLISE DE INDICADORES DE AVALIAÇÃO DO NEGÓCIO.....	28
8.6.1- INDICADORES DE RENTABILIDADE	28
ANEXOS	29
BIBLIOGRAFIA	39
SITES PESQUISADOS	40

Empresa “Só Polpas do Pará”
End.: Km 4, s/n
Bairro Moema- Santa Izabel- PA
(091) 3744-7777
sopolpasdopara@izanet.com.br



Iara de Castro, Diretora Administrativa
Av. Senador Lemos, 1577
Centro – Santa Izabel – PA

*Este Plano de Negócios foi elaborado em janeiro de 2005
por Jane Sedrim e Luciana Freitas.*

PLANO DE NEGÓCIOS

1-Sumário Executivo

“Só Polpas do Pará” é uma empresa que fabrica polpas de frutas regionais do Pará, fundada em 2003. A empresa está localizada em Santa Izabel do Pará (a 36 Km de Belém), no bairro de Moema, área distante esta de indústrias, hospitais, ou outros tipos de empresas cujo produto prejudique a indústria de polpa.

Visto que se trata de uma empresa que já encontra-se em atividade no mercado, o maior propósito deste plano de negócios é obter conhecimento acerca da viabilidade econômica e financeira da fábrica em análise, auxiliando assim os gestores na tomada de decisão sobre o empreendimento de fabricação de polpas de frutas.

Como o negócio possui localização em uma cidade conhecida por seus belos e variados balneários, a demanda do produto são restaurantes, lanchonetes e bares da cidade, visando alcançar, futuramente, clientes de cidades próximas.

2- Descrição do Negócio

“Só Polpas do Pará” (Freitas e Sedrim ME) é um empresa que foi criada em 2003 para satisfazer a demanda da cidade por polpas de frutas. Esta indústria teve um pequeno crescimento com o aumento e ampliação de balneários em Santa Izabel do Pará, em função do investimento que a Prefeitura Municipal de Santa Izabel faz no Turismo, como propagandas em meios de comunicação e isenção fiscal, projetos que visam o bem estar e lazer na cidade, entre outros..., demandando uma procura crescente pelos produtos que a empresa produz, além de possuir grande vantagem no que tange à concorrência de mercado, visto que a cidade não possui outra indústria do mesmo ramo.

3- Produtos

3.1- Descrição do Produto

A empresa é fornecedora de polpas de frutas regionais, as quais são de: Cupuaçu, carambola, acerola, taperebá, graviola, cacau e goiaba., embaladas em sacos de 1(um) kl cada.

As frutas, que são a matéria-prima, são fornecidas pelos agricultores da região, os quais vendem-nas em feiras de agricultura na cidade. Como trata-se de matérias-primas que em alguns meses do ano sofrem escassez, também são compradas de cultivos familiares, sendo desta forma uma alternativa em alguns períodos anuais, isto é, fornecedores alternativos.,

No processo produtivo, os equipamentos utilizados são somente uma máquina despulpadeira, a qual tira a polpa das frutas, e em seguida, quando colocam-nas em sacos de plásticos descartáveis, utiliza-se a máquina de embalar tais sacos. A partir de então, as polpas de frutas são congeladas à 0° C, e estocadas até serem vendidas.

A “Só Polpas do Pará” possui, atualmente, dois funcionários que trabalham diretamente com a matéria-prima, possuindo como carga horária 48h (quarenta e oito horas) semanais.

3.2- Previsão de Lançamento de novos Produtos

Projeta-se, futuramente, produtos com 100g (cem gramas), visto que a procura por polpas de frutas embaladas em quantidades menores cresce, em virtude da fabricação de sucos em medidas certas (estilo receita), em pontos de venda.

A indústria tem, ainda, planos para fabricação de “concentrados de frutas”, produtos estes muito procurados atualmente, haja vista, que possui maior rendimento em menor volume. Outro produto de demanda crescente no ramo de bebidas, é o licor de frutas (regionais), muito consumido por famílias que têm a tradição de servir doses ao receber visitas em seus domicílios.

4- Análise da Concorrência

A indústria “Só polpas do Pará” concorre em um mercado em grande ascensão, o alimentício. Visto que na mesma cidade não existe outra empresa no mesmo setor, é cabível afirmar que os concorrentes diretos da fábrica, em análise, são pertencentes à cidades vizinhas, o que de certa forma encarece o produto, além de comprometer o tempo de entrega ao consumidor, ou seja, pelo motivo de localização estratégica da “Só polpas do Pará” aos clientes, a concorrência direta sofre com a pequena participação de mercado em vendas.

Quanto a concorrência indireta, a indústria izabelense possui os refrescos em preparos sólidos, mas conhecidos como “sucos artificiais em pó”, os quais apesar de possuírem preços baixos, também possuem qualidade inferior, visto que a porcentagem de polpa natural nestes produtos é muito pequena, chegando a interferir no sabor dos sucos.

Outras concorrentes indiretas, porém fortes são os refrigerantes, água de coco, e água natural. Em relação aos primeiros, apesar de muito consumidos, tornam-se caros e às vezes até prejudiciais à saúde se equiparados às polpas de frutas, além dessas últimas utilizarem políticas que enfatizam o consumo de produtos naturais e saudáveis, como no caso da utilização de panfletos na divulgação aos clientes. A água de coco apesar de muito saborosa e natural possui pouca aceitação no mercado izabelense, devido ao cultivo familiar observado no município, além da falta de hábito das pessoas. Já a água natural, apesar de saudável e muito consumida, ainda não se torna mais procurada em bares e restaurantes que os sucos naturais e regionais feitos das polpas de frutas.

Dessa forma, é perceptível os atributos da “Só Polpas do Pará” que proporciona diferenciais e benefícios ao produto, quais sejam: a localização estratégica, a qualidade do produto, o preço, o curto tempo de entrega, além da publicidade em panfletos e a capacidade de atendimento à demanda, que vai desde as crianças até os idosos, sem restrição a ninguém, haja vista que trata-se de um produto alimentício, não-alcoólico, natural e saudável.

5- Análise Estratégica

Análise SWOT do empreendimento:

Análise Interna	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Liderança de mercado; ◆ Baixo custo de aquisição de insumos; ◆ Alto consumo dos produtos; ◆ Alta qualidade das polpas de frutas. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Poucos anos de experiência da empresa com a produção destes produtos; ◆ Dificuldades para ofertar produtos em outras cidades; ◆ Preço de venda, relativamente, alto.
Análise Externa	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Crescimento do número de usuários; ◆ Aumento geral do consumo de alimentos iniciado com o Plano Real; ◆ Novos equipamentos de produção disponíveis; ◆ Grande valorização e expansão comercial de produtos alimentícios tradicionais e regionais no país e no exterior; ◆ Expansão da população que faz refeições fora de casa, principalmente em restaurantes e lanchonetes. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ A maioria da população na cidade possui baixo grau de escolaridade, influenciando na baixa renda de muitas famílias; ◆ Má distribuição de renda na cidade; ◆ Influência dos órgãos de vigilância sanitária regulamentando a produção, embalagem e comercialização; ◆ Novos equipamentos disponíveis para as grandes empresas, possibilitando melhoria da produção à concorrência; ◆ Movimentos de consumidores exigindo boa qualidade, na busca de alimentos saudáveis.

6- Plano de Marketing

6.1- Produto

A microempresa “Só Polpas do Pará” posiciona-se perante seus consumidores como uma alternativa mais econômica, haja vista que é a única na cidade, e neste caso a compra de polpas de frutas em outra cidade aumentaria significativamente o preço de venda das mesmas para o cliente, pois ao produto agregariam custos e despesas maiores com frete e/ou combustível (no caso do cliente ir em busca da compra), e até mesmo aumento no que tange aos insumos da produção, já que a indústria izabelense compra as frutas possuidoras de baixos custos cultivadas em solos de Santa Izabel.

Este produto atende às expectativas de seus clientes, a qual é a de saborear deliciosos refrescos de frutas regionais, que são de certa forma os mais solicitados em restaurantes e lanchonetes da cidade, além da comodidade proporcionada para o consumidor, que passa a manter durante todo o ano, em seu congelador, frutas frescas em forma de polpa.

6.2- Preço

Uma das características mais marcantes dos produtos da indústria “Só Polpas do Pará” é a sua qualidade, o que demanda uma alta exigência dos consumidores, isto é, o diferencial “qualidade” proporciona maior expectativa dos cliente acerca dos produtos, necessitando que os atributos daqueles sejam conhecidos. O cliente tornar-se conhecedor, por meio de canais de divulgação, da fabricação das polpas de frutas, ou seja, o freguês ao ingerir o suco natural, fica ciente do cultivo regional da matéria- prima (as frutas), da higienização e fiscalização da produção, bem como da responsabilidade que a empresa possui perante a sociedade consumista, visto que se trata de um produto de gênero alimentício, classificado como bebida (segundo a portaria 176 de 1993), o que de certa forma atende aos anseios do consumidor. Os atributos são portanto o indicador de preço e o grande incentivador das vendas das polpas de frutas.

6.3- Praça

Como o produto em questão trata-se de um bem de gênero alimentício, isto é, um bem de consumo, ao consumidor é, após o processo de congelamento, disponibilizado imediatamente.

Apesar das polpas de frutas serem vendidas a bares e restaurantes (consumidores finais), a empresa não possui atacadistas ou distribuidores.

6.4- Propaganda

A empresa, por ser muito nova na região, ainda não possui canais de propaganda relevantes, mas futuramente projeta veículos de comunicação que serão utilizados para informar a sociedade sobre a padronização, a higienização, a fiscalização sanitária, a variedade de produtos, assim como os preços e as qualidades das polpas de frutas, os quais serão: panfletos distribuídos aos consumidores, que ficarão disponíveis em pontos de vendas estratégicos.

7- Estrutura da Empresa

7.1- Estrutura Organizacional

Para a *abertura do empreendimento* foram necessário:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda (Agência da Receita Estadual)
- Registro na Prefeitura Municipal;
- Vistoria nos Equipamentos;
- Registro dos Produtos (cada sabor tem um registro);

Informações Importantes sobre a Indústria de Polpa:

Legislação Específica de Alimentos, no caso bebidas não alcoólicas, como são classificadas as Polpas de Frutas, segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária:

- Resolução nº 389, de 5 de agosto de 1999;
- Portaria nº 371, de 26 de abril de 1999;
- Portaria nº 503, de 22 de junho de 1998.
- Portaria SVS/MS nº 554, de 3 de novembro de 1997.

Outras informações sobre a criação de uma indústria de Polpas de Frutas:

- Deverá estar em área distante de indústrias, hospitais, ou outros tipos de empresas cujo produto prejudique a indústria de polpa;
- Não pode ser instalada na própria residência, em apartamentos;
- Só pode ser instalada em área comercial;
- Deverá receber luz natural, ventilação (natural ou artificial);

- O piso deverá ser revestido de material resistente, impermeável (piso de cerâmica mais recomendado, ou piso de cimento);
- Parede de 2m de altura, lisa, de preferência em azulejo branco, podendo ser também em cimento;
- Forro de superfície interno, liso e de fácil limpeza, material impermeável, madeira, de preferência laje;
- Janelas e portas com telas;
- Área mínima necessária: 25m, para preparação/ industrialização;
- Área total mais ou menos 60m;
- Esgoto com ralo.

Informações sobre o rótulo da embalagem das Polpas de frutas:

Deverá conter o rótulo:

- Nome da empresa;
- Endereço;
- CNPJ e Inscrição estadual;
- Data de fabricação (o único que pode ser carimbado);
- Nome do ministério da Agricultura;
- Nome: Indústria Brasileira (Não pode ser abreviado);
- Nome da polpa;
- Validade do produto (1 ano);
- A expressão: 100% integral;
- A expressão: não fermentado, não alcóolico.

7.2- Localização e Infra-estrutura

“Só Polpas do Pará” está instalada em um imóvel de 110 m², localizada no Km 4, em Santa Izabel do Pará. Este espaço foi escolhido por ficar próximo tanto dos balneários da cidade quanto dos pomares e feiras de frutas, de onde são compradas as frutas regionais, além de ficar perto da cidade de Benevides, a qual a empresa tem futuras pretensões de comercializações de seus produtos.

7.3- Assessorias Externas

A empresa de polpas de frutas terceiriza os serviços jurídicos e contábeis, quando necessário, para um escritório competente e reconhecido na cidade.

7.4- Equipe de Gestão

A bacharela em Administração de Empresas que geri a “Só Polpas do Pará”, trata-se de uma profissional experiente no ramo da produção de polpas de frutas, tendo trabalhado a mais de vinte anos neste setor da economia, tornando-se assim competente nas áreas do empreendimento onde se encontra.

Os dois funcionários existentes na fábrica também possuem experiência no ramo, constando, ambos, com suas carteiras profissionais devidamente assinadas desde a fundação da empresa, tempo suficiente para comprovar a competência dos empregados.

Quanto ao gerente, trata-se de um jovem que acabara de sair da faculdade e que possui habilidades complementares inovadoras, as quais são proporcionadas pelos inúmeros cursos e seminários acadêmicos.

8- Plano Financeiro

8.1- Investimentos Necessários

Plano de Investimento

Investimento inicial **R\$ 21.500,00**

Descrição	Quantidades	Valor Unitário	Valor total
Imóvel	1	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
Freezer	5	R\$ 1.200,00	R\$ 6.000,00
Máquina Despoldadeira	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Máquina de embalar	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Móveis e Utensílios		R\$ 500,00	R\$ 500,00
Balança	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Total			R\$ 16.020,00

Despesas Pré Operacionais	R\$ 1.810,00
Consultoria	R\$ 1.000,00
Legalização da Empresa	R\$ 550,00
Honorários do Advogado	R\$ 260,00

Custos Variáveis (CV)	Quant/comprada Kg	Valor Unitário	R\$ 1.940,00
Matéria Prima (frutas)			
Cupuaçu	300	R\$ 1,00	R\$ 300,00
Cacau	100	R\$ 0,50	R\$ 60,00
Carambola	80	R\$ 0,30	R\$ 32,00
Acerola	250	R\$ 0,50	R\$ 125,00
Goiaba	200	R\$ 0,40	R\$ 120,00
Graviola	250	R\$ 1,20	R\$ 300,00
Taperebá	80	R\$ 0,30	R\$ 40,00
Componentes			
Embalagem	720	R\$ 0,05	R\$ 36,00
Mão-de-Obra Direta			
Funcionários	3	R\$ 260,00	R\$ 780,00
Encargos Sociais			R\$ 147,00

Custos Fixos (CF)	R\$ 410,00
Energia Elétrica	R\$ 200,00
Conservação	R\$ 60,00
Despesas com condução e fretes diversos	R\$ 150,00

Despesas Fixas	R\$ 1.170,00
Detetização	R\$ 50,00
Honorários da Administração	R\$ 700,00
Vigilância	R\$ 30,00
Material de escritório	R\$ 30,00
Mat. Limpeza	R\$ 50,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 260,00
Telefone	R\$ 50,00

Obs.:

Capital de Giro Necessário	R\$ 1.320,00
Caixa	R\$ 320,00
Bancos	R\$ 1.000,00

8.2- Balanço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Circulante	3.670,00	Circulante	
<i>Disponível</i>	1.320,00	<i>Contas a pagar</i>	1.170,00
Caixa	320,00		
Banco Conta Movimento	1.000,00		
<i>Estoque</i>	2.350,00		
	2.350,00		
Cupuaçu	414,02		
Cacau	96,92		
Carambola	87,27		
Acerola	330,37		
Goiaba	278,30		
Graviola	665,03		
Taperebá	64,78		
Perda c/ estoque	413,30		
Permanente	17.830,00	Patrimônio Líquido	
<i>Ativo Imobilizado</i>	16.020,00	<i>Capital</i>	20.330,00
Imóvel	8.000,00		
Máquinas e Equipamentos	7.520,00		
Móveis e Utensílios	500,00		
<i>Ativo Diferido</i>	1.810,00		
Gastos de implantação e pré-operc.	1.810,00		
TOTAL DO ATIVO	21.500,00	TOTAL DO PASSIVO	21.500,00

O Balanço Patrimonial consiste em um “retrato instantâneo” da empresa. É um modo conveniente de organizar e sintetizar o que uma empresa possui (seus ativos), o que uma empresa deve (suas exigibilidades), e a diferença entre eles (o patrimônio líquido da empresa), num dado momento. Acima é ilustrado a maneira pela qual o Balanço Patrimonial da “Só Polpas do Pará” é constituído. Nesta forma apresentada, o lado esquerdo enumera os ativos da empresa, o lado direito indica as exigibilidades e o patrimônio líquido.

Esta demonstração do patrimônio inicial foi projetada a partir do Plano de Investimento e dados fornecidos pela empresa em análise, onde foi orçado, a preço de mercado, a matéria prima para elaborar as polpas de frutas, como também, o imóvel, as máquinas e equipamentos, os móveis e utensílios, a as despesas de organização necessárias para estruturar o início do empreendimento.

8.3- Demonstração do Resultado do Exercício

Demonstração do Resultado do Exercício	
Receita Bruta	54.047,32
(-) Perdas c/ estoques	4.959,60
	49.087,72
(-) Deduções	
ICMS	8.344,91
(=) Rec. Operac.Líq	40.742,80
(-) Custos do período	23.240,35
(=) Lucro Bruto	17.502,46
(-) Desp. Operac.	14.040,00
(=) Lucro Operac.	3.462,46
(-) IR-SIMPLES	121,19
(=) Lucro Líquido	3.341,27

Produção	Produção Mensal	Preço de Venda	Venda Mensal	CDV	CDV Total
Cupuaçu	105	R\$ 9,17	R\$ 962,84	R\$ 3,39	R\$ 355,88
cacau	20	R\$ 11,27	R\$ 225,40	R\$ 4,23	R\$ 84,62
carambola	48	R\$ 4,23	R\$ 202,96	R\$ 1,25	R\$ 59,82
acerola	175	R\$ 4,39	R\$ 768,30	R\$ 1,33	R\$ 232,79
goiaba	140	R\$ 4,62	R\$ 647,20	R\$ 1,43	R\$ 200,23
graviola	200	R\$ 7,73	R\$ 1.546,59	R\$ 2,74	R\$ 548,48
taperebá	32	R\$ 4,71	R\$ 150,66	R\$ 1,40	R\$ 44,88
			R\$ 4.503,94		R\$ 1.526,70

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é uma apresentação, em forma resumida, das operações realizadas pela empresa, durante o exercício social, demonstradas de forma a destacar o resultado líquido do período. A DRE ilustrada acima mede, portando, o desempenho da fábrica de polpas de frutas em um certo período.

8.4- Projeção de Fluxo de Caixa

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Caixa Inicial			
RECEBIMENTOS			
Faturamento	54.047,32	64.856,78	77.828,14
Receitas à vista			
PAGAMENTOS			
Custos Variáveis	27.508,44	30.698,68	34.258,90
Cupuaçu			
Cacau			
Carambola			
Acerola			
Goiaba			
Taperebá			
Impostos Variáveis			
Custos/Despesas Fixas			
Telefone			
Energia Elétrica			
Conservação			
Detetização			
Honorários da Administração			
Vigilância			
Material de escritório			
Mat. Limpeza			
Desp com condução e fretes			
Escritório de Contabilidade			
Custo total	46.468,44	51.857,53	57.871,60
SALDO DE CAIXA	7.578,87	12.999,25	19.956,53

O objetivo primordial de uma Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC) é prover informações relevantes sobre os pagamentos e recebimentos, em dinheiro, de uma empresa, ocorridos em determinado período. A projeção do Fluxo de Caixa acima ilustrada possui como período três anos, os quais são projetados a partir das projeções de vendas da empresa em análise.

8.5- Ponto de Equilíbrio

Ponto de Equilíbrio (PE)unit =	Custos Fixos
	Margem de Contribuição Unitária

Ponto de Equilíbrio (PE)\$ =	Custos Fixos
	Margem de Contribuição (%)

	P E / und	PE / \$
Cupuaçu	10,06	R\$ 92,23
Cacau	9,18	R\$ 103,42
Carambola	20,14	R\$ 85,15
Acerola	19,13	R\$ 84,00
Goiaba	18,34	R\$ 84,78
Graviola	12,26	R\$ 94,81
Taperebá	19,76	R\$ 93,03

O Ponto de Equilíbrio é o momento em que a produção de receitas se iguala aos custos e despesas totais. No caso da “Só Polpas do Pará”, para que seja obtido valor suficiente para cobrir os custos e as despesas totais é preciso que sejam vendidas as unidades de polpas de frutas, conforme o quadro abaixo:

8.6- Análise de Indicadores de Avaliação do Negócio

8.6.1- Indicadores de Rentabilidade

Anos	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos
1	35%	2,84
2	60%	1,65
3	93%	1,08

VPL	=	R\$ 29.467,34
TIR	=	63,55%

Observando os Indicadores de Rentabilidade, faz-se as seguintes considerações relevantes:

- ◆ Em relação ao período de *Payback*, ou seja, período necessário para a recuperação do investimento inicial, a “Só Polpas do Pará” precisará de mais de dois anos para obter o retorno do capital investido, o que de certa forma pode possibilitar em perdas à indústria, visto que durante esse tempo outras indústrias podem se instalar na região, ou até mesmo outras concorrentes indiretas podem aperfeiçoar seus produtos, o que poderia proporcionar um aumento em relação às concorrentes no mercado, e conseqüentemente uma diminuição das vendas.
- ◆ O VPL (Valor Presente Líquido) denominado como diferença entre o valor presente dos fluxos de caixa futuros e o custo do investimento, corresponde a R\$ 29.467,34 (cinco anos depois), isto é, a empresa de Polpas de Frutas que iniciou o empreendimento com um capital de R\$ 21.500,00 e que aplicou uma taxa de 20% ao ano, apresenta um investimento, economicamente, atrativo, visto que o retorno obtido foi acima de suas expectativas.
- ◆ A TIR (Taxa Interna de Retorno) é a taxa que iguala o valor presente líquido ao investimento inicial referente ao empreendimento, ou seja, a TIR é o retorno exigido que resulta em VPL nulo quando usado como taxa de desconto. Levando em consideração que um investimento é aceitável se a TIR é superior ao retorno exigido, é possível afirmar que a “Só Polpas do Pará” é atrativa, visto que a taxa desejada de retorno é de 20% ao ano e a TIR é de 63,55%, refletindo assim a viabilidade do negócio.

ANEXOS

Quadro Estrutural do Custo do Produto

Material necessário para produzir Polpas de Frutas			
Produção Inicial em Unidades:720			
Determinação do Custo Total do Produto			
Produtos	CV Totais	C F Totais	Custo do Produto
Cupuaçu	R\$ 355,88	R\$ 58,14	R\$ 414,02
Cacau	R\$ 84,62	R\$ 12,30	R\$ 96,92
Carambola	R\$ 59,82	R\$ 27,45	R\$ 87,27
Acerola	R\$ 232,79	R\$ 97,58	R\$ 330,37
Goiaba	R\$ 200,23	R\$ 78,06	R\$ 278,30
Graviola	R\$ 548,48	R\$ 116,55	R\$ 665,03
Taperebá	R\$ 44,88	R\$ 19,91	R\$ 64,78
Total	R\$ 1.526,70	R\$ 410,00	R\$ 1.936,70
Despesas Fixas			R\$ 1.170,00
Detetização			R\$ 50,00
Honorários da Administração			R\$ 700,00
Vigilância			R\$ 30,00
Material de escritório			R\$ 30,00
Mat. Limpeza			R\$ 50,00
Escritório de Contabilidade			R\$ 260,00
Telefone			R\$ 50,00
Custos Variáveis			R\$ 1.526,70
Custos Fixos			R\$ 410,00
Custos Totais			R\$ 1.936,70

Folha do Produto

Matéria-prima	Custos Variáveis	Custos Fixos	Custos Totais Unitários
Cupuaçu	R\$ 3,39	R\$ 0,55	R\$ 3,94
Cacau	R\$ 4,23	R\$ 0,62	R\$ 4,85
Carambola	R\$ 1,25	R\$ 0,57	R\$ 1,82
Acerola	R\$ 1,33	R\$ 0,56	R\$ 1,89
Goiaba	R\$ 1,43	R\$ 0,56	R\$ 1,99
Graviola	R\$ 2,74	R\$ 0,58	R\$ 3,33
Taperebá	R\$ 1,40	R\$ 0,62	R\$ 2,02

Percentual de participação na Produção Mensal	
--	--

Cupuaçu	14,583%
Cacau	2,777%
Carambola	6,666%
Acerola	24,305%
Goiaba	19,444%
Graviola	27,777%
Taperebá	4,445%
Total	100%

DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA (PV)

Preço de venda =	$\frac{\text{Custo Total}}{1 - (\text{impostos} + \text{margem de lucro})}$
------------------	---

$1 - (\text{Impostos} + \text{Margem de lucro}) = 43,00\%$
--

	C V	C F	Custo Total p/ Unid.	P V
Cupuaçu	R\$ 3,39	R\$ 0,55	R\$ 3,94	R\$ 9,17
Cacau	R\$ 4,23	R\$ 0,62	R\$ 4,85	R\$ 11,27
Carambola	R\$ 1,25	R\$ 0,57	R\$ 1,82	R\$ 4,23
Acerola	R\$ 1,33	R\$ 0,56	R\$ 1,89	R\$ 4,39
Goiaba	R\$ 1,43	R\$ 0,56	R\$ 1,99	R\$ 4,62
Graviola	R\$ 2,74	R\$ 0,58	R\$ 3,33	R\$ 7,73
Taperebá	R\$ 1,40	R\$ 0,62	R\$ 2,02	R\$ 4,71

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (MC)

	Cupuaçu	MC	Cacau	MC	Carambola	MC	Acerola	MC
Preço de Venda	R\$ 9,17	100%	R\$ 11,27	100%	R\$ 4,23	100%	R\$ 4,39	100%
(-) Custo Variável	R\$ 3,39	37%	R\$ 4,23	38%	R\$ 1,25	29%	R\$ 1,33	30%
Margem de Contribuição	R\$ 5,78	63%	R\$ 7,04	62%	R\$ 2,98	71%	R\$ 3,06	70%
(-) Custo Fixo	R\$ 0,55	6%	R\$ 0,62	5%	R\$ 0,57	14%	R\$ 0,56	13%
Lucro Bruto	R\$ 5,23	57%	R\$ 6,42	57%	R\$ 2,41	57%	R\$ 2,50	57%

	Goiaba	MC	Graviola	MC	Taperebá	MC
Preço de Venda	R\$ 4,62	100%	R\$ 7,73	100%	R\$ 4,71	100%
(-) Custo Variável	R\$ 1,43	31%	R\$ 2,74	35%	R\$ 1,40	30%
Margem de Contribuição	R\$ 3,19	69%	R\$ 4,99	65%	R\$ 3,31	70%
(-) Custo Fixo	R\$ 0,56	12%	R\$ 0,58	8%	R\$ 0,62	13%
Lucro Bruto	R\$ 2,64	57%	R\$ 4,41	57%	R\$ 2,68	57%

Ponto de Equilíbrio

$$\text{Ponto de Equilíbrio (PE)unit} = \frac{\text{Custos Fixos}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$$

	Preço de Vendas/Unid.	Custos Variav./Unid	Custos Fixas/m	MC / unid	P E / und	PE / \$
Cupuaçu	R\$ 9,17	R\$ 3,39	R\$ 58,14	R\$ 5,78	10,06	R\$ 92,23
Cacau	R\$ 11,27	R\$ 4,23	R\$ 64,60	R\$ 7,04	9,18	R\$ 103,42
Carambola	R\$ 4,23	R\$ 1,25	R\$ 60,05	R\$ 2,98	20,14	R\$ 85,15
Acerola	R\$ 4,39	R\$ 1,33	R\$ 58,55	R\$ 3,06	19,13	R\$ 84,00
Goiaba	R\$ 4,62	R\$ 1,43	R\$ 58,55	R\$ 3,19	18,34	R\$ 84,78
Graviola	R\$ 7,73	R\$ 2,74	R\$ 61,19	R\$ 4,99	12,26	R\$ 94,81
Taperebá	R\$ 4,71	R\$ 1,40	R\$ 65,32	R\$ 3,31	19,76	R\$ 93,03

Ponto de Equilíbrio

	Receita Bruta	(-) CV	MCt	(-) CF	Moperac.
Cupuaçu	R\$ 92,23	R\$ 34,09	R\$ 58,14	R\$ 58,14	R\$ -
Percentual referente	100%	37%	63%	63%	0%
Cacau	R\$ 103,42	R\$ 38,83	R\$ 64,60	R\$ 64,60	R\$ -
Percentual referente	100%	38%	62%	62%	0%
Carambola	R\$ 85,15	R\$ 25,10	R\$ 60,05	R\$ 60,05	R\$ -
Percentual referente	100%	29%	71%	71%	0%
Acerola	R\$ 84,00	R\$ 25,45	R\$ 58,55	R\$ 58,55	R\$ -
Percentual referente	100%	30%	70%	70%	0%
Goiaba	R\$ 84,78	R\$ 26,23	R\$ 58,55	R\$ 58,55	R\$ -
Percentual referente	100%	31%	69%	69%	0%
Graviola	R\$ 94,81	R\$ 33,62	R\$ 61,19	R\$ 61,19	R\$ -
Percentual referente	100%	35%	65%	65%	0%
Taperebá	R\$ 93,03	R\$ 27,71	R\$ 65,32	R\$ 65,32	R\$ -
Percentual referente	100%	30%	70%	70%	0%

Fluxo de Caixa Anual												
	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
Caixa Inicial		631,57	1.263,15	1.894,72	2.526,29	3.157,86	3.789,44	4.421,01	5.052,58	5.684,15	6.315,73	6.947,30
RECEBIMENTOS												
Faturamento	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94	4.503,94
Receitas à vista												
PAGAMENTOS												
Custos Variáveis	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37	2.292,37
Cupuaçu	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88	355,88
Cacau	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62	84,62
Carambola	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82	59,82
Acerola	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79	232,79
Goiaba	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23	200,23
Graviola	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48	548,48
Taperebá	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88	44,88
ICMS	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67	765,67
Custos/Despesas Fixas	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00
Detetização	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Honorários Adm.	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Vigilância	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Material de escritório	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Mat. Limpeza	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Esc. Contabilidade	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
Telefone	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Energia Elétrica	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Conservação	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Desp. C/ frete	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Custo Total	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37	3.872,37
SALDO DE CAIXA	631,57	1.263,15	1.894,72	2.526,29	3.157,86	3.789,44	4.421,01	5.052,58	5.684,15	6.315,73	6.947,30	7.578,87

Projeção do Fluxo de Caixa para Cinco anos

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Caixa Inicial					
RECEBIMENTOS					
Faturamento	54.047,32	64.856,78	77.828,14	93.393,76	112.072,52
Receitas à vista					
PAGAMENTOS					
Custos Variáveis	27.508,44	30.698,68	34.258,90	38.232,01	42.665,89
Cupuaçu					
Cacau					
Carambola					
Acerola					
Goiaba					
Taperebá					
Embalagens					
Contas a Pagar					
Impostos Variáveis					
Custos/Despesas Fixas	18.960,00	21.158,85	23.612,70	26.351,14	29.407,16
Telefone					
Energia Elétrica					
Conservação					
Detetização					
Honorários da Administração					
Vigilância					
Material de escritório					
Mat. Limpeza					
Desp com condução e fretes					
Escritório de Contabilidade					
Custo total	46.468,44	51.857,53	57.871,60	64.583,15	72.073,05
SALDO DE CAIXA	7.578,87	12.999,25	19.956,53	28.810,62	39.999,47

Cálculos dos Indicadores de Avaliação do Negócio

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0,00	21.500,00			-21.500,00			
1		54.047,32	46.468,44	7.578,87	35%	2,84	1.021,26
2		64.856,78	51.857,53	12.999,25	60%	1,65	595,42
3		77.828,14	57.871,60	19.956,53	93%	1,08	387,84
4		93.393,76	64.583,15	28.810,62	134%	0,75	268,65
5		112.072,52	72.073,05	39.999,47	186%	0,54	193,50

Taxa de Retorno Contábil	=	$\frac{\text{Fluxo de Caixa Anual}}{\text{Investimentos}}$		
Payback	=	$\frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo de Caixa Anual}}$		
VPL	=	$\frac{Fn}{(1+i)^n}$	-	INV

VPL = Valor Presente Líquido

Fn = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

VPL	=	R\$ 29.467,34
TIR	=	63,55%

BIBLIOGRAFIA

BETHLEM, Agrícola. *Estratégia Empresarial: Conceitos, Processo e Administração Estratégica*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BRAGA, Roberto. *Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira*. 9.ed. São Paulo: Atlas, 1989.

CAMPIGLIA, Américo Oswaldo et al. *Controles de Gestão: Controladoria Financeira das Empresas*. São Paulo: Atlas, 1993.

CANCELA, Telma Áurea Duarte. *Trabalho Realizado como Instrumento de Avaliação da Disciplina Estudo de Casos: “Business Plan”*.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa*. 14.ed. São Paulo: Culturas Editores Associados, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. *Contabilidade Gerencial*. 6.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custos*. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

QUEIROZ, Rodrigo Barbosa. *Trabalho Realizado como Instrumento de Avaliação da Disciplina Estudo de Casos: “Plano de Negócios”*.

ROSS, Stephen A. et al; tradução Antonio Zoratto Sanvicente. *Princípios de Administração Financeira*. São Paulo: Atlas, 1998.

SITES PESQUISADOS

[http:// www.peritocontador.com.br](http://www.peritocontador.com.br)

http://www.peritocontador.com.br/artigos/tcc/Monografia_Antonia_Dias.pdf

[http:// www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/planodenegocio_946.asp](http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/planodenegocio_946.asp)

[http:// www.ief.com.br/investim.htm](http://www.ief.com.br/investim.htm)

[http:// www.crcpa.org.br](http://www.crcpa.org.br)

[http:// www.cfc.org.br](http://www.cfc.org.br)

[http:// www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)