



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM  
CYBER CAFÉ NO BAIRRO DA PEDREIRA SOB A  
ÓTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS.**

**LÍDIA DOS SANTOS LOPES DOURADO 0101010201**

**ROSILANE GOMES COSTA 0101003901**

**BELÉM-PARÁ  
JANEIRO-2005**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM  
CYBER CAFÉ NO BAIRRO DA PEDREIRA SOB A  
ÓTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS.**

Trabalho de Avaliação da Disciplina  
Administração Empresarial, ministrada  
pelo Professor Héber Lavor Moreira,  
do Curso de Ciências Contábeis.

**LÍDIA DOS SANTOS LOPES DOURADO  
ROSILANE GOMES COSTA  
ORIENTADOR: PROF. HÉBER LAVOR MOREIRA**

**BELÉM-PARÁ  
JANEIRO-2005**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ**  
**CENTRO SÓCIO ECONÔMICO**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UM  
CYBER CAFÉ NO BAIRRO DA PEDREIRA SOB A  
ÓTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS.**

Trabalho de Avaliação da Disciplina  
Administração Empresarial, ministrada  
pelo Professor Héber Lavor Moreira,  
do Curso de Ciências Contábeis.

**Avaliado em:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ **Conceito:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**Orientador:** Prof. Héber Lavor Moreira

## **AGRADECIMENTOS**

*Agradecemos primeiramente a Deus pela força e entendimento concedido a cada um de nós. Agradecemos também aos nossos amigos e familiares pelo apoio nas horas de dificuldades. Aos discentes do curso de Ciências Contábeis pelo companheirismo e pela ajuda concedida. Ao professor Héber Lavor Moreira pela atenção e ajuda dada a cada um de nós em cada etapa de realização deste trabalho.*

## RESUMO

Este trabalho tem importante papel de destacar a importância do *plano de negócios* como instrumento de gestão dentro das empresas. Provando assim que através deste é possível planejar e decidir a respeito do futuro dos empreendimentos, identificando riscos e propondo planos para minimizá-los ou até mesmo evita-los; identificando seus pontos fortes e fracos em relação a concorrência; conhecendo o mercado e definindo estratégias de marketing para os seus produtos; analisando o desempenho financeiro e avaliando o retorno dos investimentos.

Com base nisso, desenvolveu-se o estudo da viabilidade econômico-financeira de um empreendimento no setor de serviços. O estudo será voltado para a implantação de um Cyber Café em um dos bairro da região metropolitana de Belém.

Através do estudo será possível analisar todo o negócio afim de evidenciar as suas potencialidades. A resposta dada será importante para as decisões do empreendedor sobre o futuro do negócio.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>9</b>
TÍTULO DO ESTUDO .....	9
Objetivos do Estudo .....	9
<b>A importância do Estudo .....</b>	<b>9</b>
<b>O que os discentes se propõem a alcançar em seu estudo. ....</b>	<b>10</b>
<b>O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuição técnicas e/ou científicas. ....</b>	<b>10</b>
<b>Delimitação do Estudo. ....</b>	<b>10</b>
<b>A Organização do Estudo. ....</b>	<b>10</b>
PÚBLICO ALVO .....	11
JUSTIFICATIVA .....	11
METODOLOGIA DO ESTUDO .....	11
BIBLIOGRAFIA .....	12
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>13</b>
O EMPREENDEDORISMO .....	13
Conceito de Empreendedorismo.....	13
A Pessoa do Empreendedor .....	13
Atitudes Empreendedoras.....	14
Diferenciando idéias de oportunidade .....	15
O Movimento .....	15
Processo empreendedor .....	16
O PLANO DE NEGÓCIOS .....	16
O que é o plano de negócios.....	16
Recomendações ao empreendedor.....	17
ANÁLISE ECONÔMICA.....	17
Avaliação de Risco como Auxílio nas Decisões de Investimento de Capital.....	17
Payback .....	18
Valor Presente Líquido (VPL).....	19
Taxa Interna de Retorno (TIR) .....	19
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>20</b>
APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS .....	20
L&R Cyber Ltda.....	21
SUMÁRIO .....	22
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	23
O Negócio.....	23
Previsão de Resultado Financeiro.....	23
O NEGÓCIO .....	24
Descrição do Negócio.....	24
Descrição dos Serviços.....	24
Mercado.....	25
<b>Mercado alvo.....</b>	<b>26</b>
<b>Mercado Fornecedor .....</b>	<b>26</b>
Localização.....	27
Plano de Marketing.....	27
Competidores.....	27
Equipe Técnica .....	27
Estrutura e Operação .....	28
<b>Regime de Operação.....</b>	<b>28</b>
<b>Descrição Operacional .....</b>	<b>28</b>
<b>Layout das Instalações .....</b>	<b>28</b>
Recursos Humanos Necessários .....	29
Tecnologia .....	29
DADOS FINANCEIROS .....	29
Fontes dos Recursos Financeiros.....	29
Investimentos Necessários.....	30

Análise do Ponto de Equilíbrio.....	31
Resultado do 1ºAno .....	33
Projeção de Fluxo de Caixa (para cinco anos).....	33
Análise de Investimento .....	34
Prazo de Payback:.....	34
Valor Presente Líquido (VPL).....	35
Taxa Interna de Retorno (TIR) .....	35
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>37</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>38</b>

## **INTRODUÇÃO**

Os problemas enfrentados pelas micro e pequenas empresas (MPE) no Brasil estão em grande discussão nos dias atuais. A causa pode ser observada em uma pesquisa feita pelo Sebrae (Sebrae, 1998a) cujo resultado aponta que o percentual de mortalidade das MPE na região metropolitana de São Paulo chega a 58% nos três primeiros anos de vida. Esses números podem ser semelhantes para o restante do país.

O resultado é preocupante pois, segundo o próprio Sebrae, 55% das empresas constituídas no período entre 1990 e 1999 são microempresas. A alta mortalidade prejudica o desenvolvimento econômico do país, portanto, encontrar as causas para este resultado tão desanimador se torna cada vez mais necessário .

Pesquisas e outras fontes apontam diversas causas para os números: Crise econômica, falta de incentivo e subsídio do governo , altas taxas de juros, acesso restrito ao crédito, e outros. Porém, segundo o Prof . Dr. José Dornelas, esses fatores são de ordem macro, ou seja, de difícil influência para o empreendimento isoladamente.

Desta forma, qual seria o fator primordial para a longa vida das MPEs? A resposta pode está nas mãos dos próprios empresários.

Existe uma importante ação que somente o próprio empreendedor pode e deve fazer pelo seu empreendimento: planejar. Nos Estados Unidos, muito do sucesso creditado às MPE é resultado do planejamento correto do seu negócio.

O Plano de Negócios é realmente uma ferramenta de gestão eficiente e poderá determinar o sucesso ou o fracasso de um empreendimento. Esta pesquisa tem como principal objetivo evidenciar a veracidade dessa afirmação mostrando os benefícios que o plano de negócios trará para as empresas do modo geral e principalmente para as micro e pequenas empresas.

No trabalho, será feito o estudo da viabilidade econômica para a implantação de um Cyber Café em um bairro na região metropolitana de Belém sob a ótica do plano do negócios.

Através do detalhado planejamento do negócio, será possível evidenciar seus pontos fortes e fracos e reduzir as chances de um possível fracasso. Ao final do estudo deverá ser informado a viabilidade ou não do negócio.

## **CAPÍTULO I**

### **TÍTULO DO ESTUDO**

Estudo da viabilidade econômica de um Cyber Café no bairro da Pedreira sob a ótica do plano de negócios.

### **Objetivos do Estudo**

#### **A importância do Estudo**

Segundo Prof. Dr. José Dornelas, a cultura do planejamento com relação aos negócios ainda não está totalmente difundida no Brasil, a exemplo de outros países.

É comum ainda ver, principalmente pequenos e micro empresários, que na hora de montar um negócio, têm as suas idéias fundamentadas apenas em “achismos”, o que pode ser um dos motivos pelo qual muitos destes não consigam ter seus empreendimentos bem sucedidos. Conforme a constatação do prof. Marcelo Rocha, a maioria das micro e pequenas empresas chegam a falência no seu segundo ano de vida.

O Plano de Negócios é a peça chave para uma melhor gestão e para um maior sucesso do empreendimento. Pois através deste é possível planejar e decidir o caminhos a ser seguido pela empresa, tendo como base a análise de fatores como mercado, clientes, concorrência, riscos, investimento, retorno e outros.

Através do plano de negócios é possível ter uma maior visualização do negócio, motivo pelo qual é chamado por muitos de cartão de visita da empresa. A criação do plano de negócios é válida tanto para empreendimentos que serão criados como para aqueles já formados. Ambos precisam conhecer o seu negócio, e se utilizar dessas informações, como respaldo para suas estratégias empresariais.

Como forma de demonstrar a importância do plano de negócios nas empresas, buscamos criar um exemplo prático. Devido o crescente uso da informática nos dias de hoje procuramos, portanto, analisar a implantação de um Cyber Café em um bairro da região

metropolitana de Belém, afim de demonstrar que através da elaboração de um *plano de negócios* para o empreendimento adotado é possível evidenciar de forma mais clara o seu grau de viabilidade econômica.

**O que os discentes se propõem a alcançar em seu estudo.**

Demonstrar a importância de se conhecer o negócio adotado através de um planejamento adequado e um estudo detalhado do mercado, que só poderá ser feitos por intermédio de um plano e negócios.

**O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuição técnicas e/ou científicas.**

Provar aos empresários, de forma prática, que o empreendimento só poderá ser bem sucedido neste mercado competitivo com o auxílio de planos e estratégias de mercado.

**Delimitação do Estudo.**

A pesquisa se caracteriza pelo projeto de implantação e estudo da viabilidade econômica de um Cyber Café situado no Bairro da Pedreira, mas precisamente na Av. Pedro Miranda, que busca atender um público-alvo específico .

O estudo será feito através da análise do plano de negócios elaborado especialmente para o empreendimento e de demais fontes.

**A Organização do Estudo.**

1. Capa
2. Folha de Rosto
3. Agradecimentos
4. Resumo
5. Sumário
6. Conteúdo Textual:
  - 7.1. Introdução

7.2. Desenvolvimento

7.3. Considerações Finais

7. Anexos

8. Bibliografia

## **PÚBLICO ALVO**

Os discentes do curso de Ciências Contábeis e a todos os interessados em acrescentar conhecimento com relação as formas de planejamento de implantação de um negócio.

## **JUSTIFICATIVA**

Observando que alguns empresários não fazem o planejamento adequado de seus empreendimentos, por acharem desnecessários ou simplesmente por desconhecerem os métodos adotados para tal procedimento, procuramos demonstrar através de um exemplo prático a importância que este planejamento tem para o maior conhecimento do negócio. de forma a facilitar as decisões tomadas quanto ao rumo do negócio, minimizando assim, a chance de erros no seu andamento.

## **METODOLOGIA DO ESTUDO**

O estudo será realizado através de pesquisa bibliográfica e exemplo prático de elaboração de plano de negócios sob a orientação do professor.

A fontes bibliográficas serão de acervos de diversas bibliotecas e de demais fontes. A redação será própria, com citações diversas.

## **BIBLIOGRAFIA**

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. *Estudo da Viabilidade econômico-financeira de um empresa na Região Metropolitana de Belém sob a Ótica do plano de negócios*. Belém-Pará. 2004.

IUDICIBUS, Sérgio de. *Análise de balanços*. São Paulo: Atlas, 1988.

LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de Pesquisa*. São Paulo. Atlas.1996.

RUDIO, Franz Victor. *Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica* .Petrópolis. Vozes. 1998.

## CAPÍTULO II

### O EMPREENDEDORISMO

#### Conceito de Empreendedorismo

Muito se fala em empreendedorismo nos dias atuais, porém são poucos os que realmente entendem o sentido real do termo. A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo.

Segundo este autor: “*O empreendedor é aquele que destroi a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos em materiais.*” (SCHUMPETER, 1949 Apud Dornelas, 2000, p. 37).

Já este diz “*que 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.*” (KIRZNER, 1973 Apud Dornelas, 2000 p. 37).

As duas opiniões expõem duas características do empreendedor: 1. O empreendedor quebra paradigmas, 2. O empreendedor cria a suas próprias oportunidades.

#### A Pessoa do Empreendedor

Tempos atrás, acreditava-se que o empreendedor era um indivíduo predestinado ao sucesso dos negócios. Hoje em dia acredita-se que o empreendedorismo pode ser ensinado para outro indivíduo, portanto não se trata apenas de um dom, mas sim de uma habilidade, adquirida por qualquer pessoa.

Existem várias habilidades que uma pessoa para ser empreendedor poderá desenvolver: Habilidades Técnicas que envolve saber escrever, saber ouvir e captar informações, ser falar, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe; habilidades gerenciais que incluem a criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa (marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisões, controle das ações das empresas e ser um bom negociador); e algumas características pessoais como: disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado em mudanças, ser persistente e ser um

líder visionário. O talento do empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho.

## **Atitudes Empreendedoras**

**Busca de Oportunidades e Iniciativa:** Se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios, desenvolvendo novos produtos e serviços e propondo soluções inovadoras.

**Persistência:** Enfrentar os obstáculos decididamente, buscando ininterruptamente o sucesso, mantendo ou mudando as estratégias de acordo com as situações.

**Correr Riscos Calculados:** Dispor-se a assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles.

**Exigência de Qualidade e Eficiência:** Decidir que fará sempre o melhor, buscando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade.

**Comprometimento:** Fazer sacrifícios pessoais, despender esforços extras para completar uma tarefa: colaborar com os subordinados e até mesmo assumir o lugar deles para terminar um trabalho, esmerar-se em manter os clientes satisfeitos e colocar boa vontade em longo prazo acima do lucro em curto prazo.

**Busca de Informações:** Interessa-se pessoalmente por obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investigar pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço; consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.

**Estabelecimento de Metas:** Assumir metas e objetivos que representam desafios e tenham significado pessoal: definir com clareza e objetividade as metas de longo prazo; estabelecer metas de curto prazo mensuráveis.

**Planejamento e Monitoramento Sistemático:** Planejar dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos; revisar; constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciadas, manter registros financeiros e utiliza-los para tomar decisões.

**Independência e Autoconfiança:** Buscar autonomia em relação as normas e procedimentos, manter seus pontos de vista mesmo diante da concepção ou de resultados

desanimadores, expressar confiança na sua própria capacidade de complementar tarefa, difícil ou de enfrentar desafios.

## **Diferenciando idéias de oportunidade**

Alguns empreendedores de primeira viagem cometem um erro imperdoável de pensar que possui idéias revolucionárias. Idéias revolucionárias são raras e produtos únicos não existem, pois concorrentes sempre existirão. Esse é um erro imperdoável dos empreendedores de primeira viagem. Idéias revolucionárias são raras, produtos únicos não existem e concorrentes com certeza existirão. Por isso, o que conta não é ser o primeiro a pensar na idéia, mas sim o primeiro a identificar uma necessidade de mercado e saber atendê-la, ou seja detectar oportunidades, antes que outros o façam. Uma idéia isolada não tem valor se não transformada em algo viável de implementar, visando atender a um público-alvo que faz parte de um nicho de mercado mal explorado.

## **O Movimento**

O movimento empreendedorista no Brasil começou de forma mais intensa na década de 1990. Até então quase não se falava em empreendedorismo e nem na criação de pequenas empresas. Palavras como plano de negócios (business plan) eram praticamente desconhecidas e até ridicularizadas pelos pequenos empresários.. Foi quando surgiram entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio de 1990), e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) que começaram, juntamente com as incubadoras de empresas e as universidades, a despertar a sociedade brasileira para o tema. Conforme pesquisa, desempenhada pelo Sebrae, no período de 1990 a 1999, foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de empresas, dentre as quais 55% são microempresas. Porém, há um alto índice de mortalidade dessas pequenas empresas que, em alguns casos, chega a até 73% no terceiro ano de existência.

O desconhecimento dos conceitos de gestão de negócios, e planejamento por parte dos pequenos empresários ocasionada pela falta de políticas públicas duradouras dirigidas à consolidação do empreendedorismo no país são um dos motivos para o resultado da pesquisa

## **Processo empreendedor**

Pode-se entender como as fases do processo empreendedor: 1. Identificar e avaliar a oportunidade; 2. Desenvolver o plano de negócios; 3. Determinar e captar os recursos necessários; e 4. gerenciar a empresa criada.

## **O PLANO DE NEGÓCIOS**

O plano de negócios é peça fundamental do processo empreendedor, é uma ferramenta de gestão com múltiplas aplicações que deve ser usada por todo e qualquer empreendedor como forma deste expor suas idéias em uma linguagem que os leitores do plano de negócios entendam e, principalmente, que mostre viabilidade e probabilidade de sucesso em seu mercado. É importante que o plano de negócios mostre a viabilidade de se atingir uma situação futura, mostrando como a empresa pretende chegar lá .

Empreendedores precisam saber planejar suas ações e criar as suas estratégias da empresa em crescimento, toda empresa necessita de um planejamento do seu negócio para poder gerencia-lo e apresentar sua idéia a investidores, bancos, clientes, etc. Toda entidade provedora de financiamento, fundos e outros recursos financeiros necessita de um plano de negócios da empresa requisitante para poder os riscos inerentes ao negócio.

## **O que é o plano de negócios**

*O plano de negócios: é documento usado para descrever um empreendimento é o modelo de negócios que sustentam a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situa-se no seu ambiente de negócios.(DORNELAS, 2000, p.96).*

Existem vários público-alvo de um plano de negócios, pode-se citar: Mantenedores das incubadoras, Parceiros, Bancos, Investidores, Fornecedores, a empresa internamente, Os clientes e os sócios.

Para que o plano de negócios possa se tornar um instrumento eficaz de gerenciamento é importante que as informações nele existentes possam ser divulgadas internamente à empresa de forma satisfatória, o plano deve também ser utilizado como ferramenta de gestão.

## **Recomendações ao empreendedor**

O bom empreendedor deve reconhecer suas limitações e saber montar um time de gestão que leve a empresa em direção à sua vida, envolvendo-se, com o passar do tempo, mais com questões estratégicas e menos com questões operacionais. O empreendedor deve profissionalizar cada vez mais a gestão, contratando especialistas para tocarem o negócio, sem medo de perder sua autonomia ou autoridade, dedicando-se a fazer o que mais sabe ou o de que mais gosta: inovar, criar e pensar estrategicamente.

## **ANÁLISE ECONÔMICA**

São poucos empresários que sabem como escrever adequadamente um bom plano de negócios, pois para a maioria destes micro e pequenos empresários se torna inviável por não terem conceitos básicos planejamento, vendas, marketing, fluxo de caixa, ponto de equilíbrio, e projeções de faturamento. Para muitos pequenos empresários está-se, falando em conceitos, muitos complicados, mas não deveria ser assim. Esses conceitos são a base para a tomada de decisão quando se efetua uma análise de viabilidade de um empreendimento.

### **Avaliação de Risco como Auxílio nas Decisões de Investimento de Capital.**

A maior parte das decisões tomadas pelas pessoas envolve certo grau de incerteza com relação às suas conseqüências. No âmbito da decisão de investimento a situação não é diferente. Todavia, decisões financeiras são tomadas diariamente nesse ambiente de incerteza, que é caracterizado pela aleatoriedade do clima, acontecimentos políticos, descobertas científicas, etc, onde os dirigentes das empresas precisam se esforçar para reduzir os riscos. Knight, no século XX propôs uma diferenciação entre risco e incerteza. Uma situação de risco é aquela na qual pode se associar aos resultados uma distribuição de probabilidade. Diferentemente, uma situação incerta é aquela que não se pode associar nenhuma probabilidade. Um projeto de investimento é arriscado somente se seus resultados são incertos. Especificamente em relação a investimentos de capital, risco refere-se a probabilidade que o projeto venha a ser rejeitado, ou mais formalmente ao grau de variabilidade dos fluxos de caixa

Alguns fatores exercem influência determinante sobre a rentabilidade de um projeto de investimento: o montante das Receitas anuais , os Custos anuais , a vida útil do bem investido e o nível de rentabilidade do reinvestimento dos fluxos de caixa do projeto. Os parâmetros utilizados na avaliação de projetos de investimento são o Payback, o Valor Presente Líquido (VPL) e a Taxa Interna de Retorno (TIR).

A avaliação de risco de um projeto de investimento é de extrema importância, pois se pode decidir quais os investimentos que deverão ser implementados e quais os rejeitados, em função do risco que apresentam.

## **Payback**

É o período de tempo necessário para recuperação do investimento inicial, a partir das entradas de caixa. É relativamente simples e seu uso é bastante difundido, entretanto é visto como uma técnica não sofisticada, pois não leva em consideração o valor do dinheiro no tempo. Um projeto de investimento é mais atraente quanto menor for o tempo para recuperar o investimento inicial, ou seja, quanto menor for seu prazo de *Payback*.

### *Vantagens*

- Facilidade de cálculo
- Considera os fluxos de caixa ao invés do lucro

### *Desvantagens*

- Necessidade de se estabelecer um período máximo aceitável. -
- Não considera os fluxos de caixa após o período de *Payback*.

## **Valor Presente Líquido (VPL)**

O valor presente líquido de um fluxo de caixa é o valor monetário do ponto zero da escala do tempo, que é equivalente à soma de suas parcelas futuras, descontadas para o ponto zero, com uma determinada taxa de juros.

Para medir o VPL de um projeto, faz-se uma estimativa do valor atual para os futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo projeto, e deduz-se o investimento feito inicialmente. Para isso, descontam-se os futuros fluxos de caixa após impostos para o seu valor presente, e depois se subtrai o investimento inicial. Se o VPL for positivo, o projeto é viável, pois o valor presente dos futuros fluxos de caixa é maior que o investimento inicial. Caso contrário, o projeto deve ser rejeitado.

### *Vantagens*

- Informa se o projeto de investimento aumentará o valor da empresa
- Considera o valor do dinheiro no tempo

## **Taxa Interna de Retorno (TIR)**

A taxa interna de retorno de um fluxo de caixa é a taxa de desconto que faz seu valor presente líquido ser igual a zero. Quando isso ocorre, o valor presente dos futuros fluxos de caixa é exatamente igual ao investimento efetuado. Quando superior ao custo do capital investido, o projeto deve ser aceito.

## **CAPÍTULO III**

### **APLICAÇÃO PRÁTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS**

Projeto de implantação e estudo da viabilidade econômica de uma prestadora de serviços ligados a tecnologia informatizada.

#### **Qual é o negócio?**

Cyber Café(ambiente especializado em serviços ligados ao mundo da informática).

#### **Qual a situação do negócio?**

Planejamento do negócio para futura implantação.

#### **Qual o perfil da empresa?**

Microempresa formada Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada regida pelo Decreto no 3.708, de 10 de janeiro de 1919. .A administração da empresa será exercida por dois sócios.

#### **Por que o negócio será bem sucedido?**

Com as necessidades do mundo moderno, os segmentos de Cybercafés se tornaram altamente promissores.

#### **Qual será o diferencial competitivo do negócio?**

A qualidade nos serviços e atendimento em ambiente confortável.

**L&R Cyber Ltda.**  
**Avenida Pedro Miranda**  
**Bairro: Pedreira, CEP: 66.085-000- Belém PA**  
**(91) 244- 65 54**  
[www.lrcyber.com.br](http://www.lrcyber.com.br)

# **L&R CYBER**

*Este Plano de Negócios foi elaborado em Janeiro de 2005 por*  
*Lídia dos Santos Lopes Dourado e Rosilane Gomes Costa*

**BELÉM/PA**  
**2005**

## SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO.....	23
O Negócio.....	23
Previsão de Resultado Financeiro.....	23
O NEGÓCIO .....	24
Descrição do Negócio.....	24
Descrição dos Serviços.....	24
Mercado.....	25
<b>Mercado alvo</b> .....	26
<b>Mercado Fornecedor</b> .....	26
Localização.....	27
Plano de Marketing.....	27
Competidores.....	27
Equipe Técnica .....	27
Estrutura e Operação .....	28
<b>Regime de Operação</b> .....	28
<b>Descrição Operacional</b> .....	28
<b>Layout das Instalações</b> .....	28
Recursos Humanos Necessários .....	29
Tecnologia .....	29
DADOS FINANCEIROS .....	29
Fontes dos Recursos Financeiros.....	29
Investimentos Necessários.....	30
Análise do Ponto de Equilíbrio.....	31
Resultado do 1ºAno .....	33
Projeção de Fluxo de Caixa (para cinco anos).....	33
Análise de Investimento .....	34
Prazo de Payback:.....	34
Valor Presente Líquido (VPL).....	35
Taxa Interna de Retorno (TIR) .....	35
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>37</b>

## **SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **O Negócio**

A **L & R Cyber** é uma micro empresa prestadora de serviços em fase de planejamento. Este segmento se tornou altamente promissor pela sua essencialidade nos dias atuais o que levou a um crescimento avançado deste tipo de negócio, comprovando assim a sua potencialidade dentro do mercado.

O negócio tem como objetivo principal oferecer serviços de altíssima qualidade ligados ao mundo da informática, como: Acesso a Internet., acesso a demais aplicativos do Windows, consultas rápidas no balcão, impressão, scanneamento, xerox e gravação em CD. Para isso serão utilizados equipamentos modernos e programas de última geração.

A empresa contará com uma equipe especializada para o atendimento aos clientes, estrutura física com Layout moderno, sala climatizada, serviços de lanchonete (parceria) e amplo estacionamento. Meios que serão utilizados para atrair o público alvo almejado formado por : estudantes universitários, executivos, empresários, despachantes, empreendedores e profissionais.

### **Previsão de Resultado Financeiro**

Dentro dos planos e condições preestabelecidos, a implantação do Cyber Café resultará num empreendimento de grande rentabilidade sendo que no primeiro ano já pode-se comprovar este fato pelo resultado do exercício positivo (R\$ 92.117,13).

O sucesso do empreendimento pode ser confirmado pelo resultado positivo do Valor Presente Líquido referente aos cinco anos, tendo como base o fluxo de caixa ( R\$ 82.431,94) e pela Taxa Interna de Retorno (68%), a qual foi superior a taxa de retorno almejada para o negócio (20%).

## **O NEGÓCIO**

### **Descrição do Negócio**

**L&R Cyber** é uma micro empresa em fase de planejamento que trabalhará com o conceito de Cybercafé. O cyber café é uma nova proposta que mescla serviços e entretenimento num ambiente sofisticado, agradável e confortável, equipado com computadores conectados à Internet. É um local onde o internauta em trânsito poderá, temporariamente, conectar-se com o resto do mundo, encaminhar e receber e-mails, navegar na Web ou apenas bater um papo nas salas de chat. O cliente poderá pesquisar e imprimir seus trabalhos utilizando computadores com vários software instalados. Enfim, são muitas as possibilidades que o Cybercafé oferece para facilitar a vida do cliente enquanto este saboreia um delicioso snacks (doces, salgados, refrigerantes, etc.). Tudo isso concentrado num espaço altamente profissional: layout moderno, sala refrigerada, cabines individuais e confortáveis com o propósito de priorizar a privacidade do cliente no momento do acesso.

A proposta do empreendimento não é apenas de atender o público que não dispõe dessa tecnologia em casa. O **L&R Cyber** pretende atrair também aqueles que optam pelos cybes por oferecer equipamentos modernos e um maior conforto, além de uma variedade de serviços extras.

A localização do empreendimento será no bairro da Pedreira, município de Belém, mais precisamente na avenida Pedro Miranda, tendo em vista o amplo espaço para estacionamento e a real necessidade desse tipo de serviço na região.

### **Descrição dos Serviços**

O **L&R Cyber** oferecerá uma série de serviços. Além da utilização de computadores para navegação pela Internet, será reservado um espaço para ser utilizado como escritório virtual para público em geral que não disponham de espaço e equipamentos para a realização de seus trabalhos com microcomputadores e a utilização de seus aplicativos.

Os serviços do **L&R Cyber** listados são:

**Acesso a Internet** : O cliente poderá acessar a Internet em alta velocidade, preço estipulado por hora.

**Acesso a demais aplicativos do Windows:** Juntamente com o acesso a Internet, o cliente poderá também, ter acesso aos demais aplicativos disponíveis no Windows Xp.

**Consultas Rápidas no Balcão:** É um serviço personalizado no qual o cliente poderá fazer consultas rápidas juntamente com o atendente na recepção. Este serviço poderá ser utilizado principalmente por aqueles clientes que não sabem, não podem ou não querem utilizar os computadores disponíveis. O preço será estipulado por hora.

**Impressão:** Os clientes terão acesso ao serviço de impressão de documentos em preto e branco. O preço será cobrado por página havendo diferença de preços para documentos coloridos e com figuras.

**Scanner:** Neste serviço o cliente poderá scannear (copiar do papel para o computador) fotos, figuras e documentos. Preço cobrado por página.

**Xerox:** O serviço de copia de documentos estará acessível em nossas instalações. Preço cobrado por página.

**Gravação em CD:** O cliente poderá solicitar o serviço de gravação de CD apenas para documentos que estará disponível de imediato. Preço cobrado por documento gravado.

**Vendas de snacks (doces, salgados, refrigerantes, etc.):** Enquanto estiver utilizando os demais serviços, ficará disponível ao cliente uma pequena lanchonete que oferecerá a venda de doces, salgados, refrigerantes, etc. Este serviço será feito em parceria com terceiros.

## **Mercado**

A necessidade de acesso a novas tecnologias ligadas a informática não para de crescer. Cada vez mais o homem procura se adaptar as inovações tecnológicas. Isso mostra que o mercado de Cybercafés é bastante promissor, pois cada vez mais aumenta a necessidade do homem ter acesso a esse tipo de tecnologia. Mesmo aqueles que já possuem computadores em

casa, vêem a necessidade de utilizar ambientes como este, com o objetivo de encontrar conforto e equipamentos mais avançados.

### **Mercado alvo**

Os Cybercafés são locais que oferecem tecnologia avançada de última geração, possuindo salas confortáveis e climatizadas, além de serem equipados com serviços de lanchonete.

A vantagem para quem procura os Cybercafés é o acesso a equipamentos e programas modernos. Fato este, que atende em suma a necessidade de quem não possui computador em casa e de quem não dispõem de máquinas e serviços superiores, nem de um ambiente confortável.

O público alvo almejado para o empreendimento é diversificado, mas a preferência gira em torno de um padrão mais sério, como estudantes universitários, executivos, empresários, despachantes, empreendedores, profissionais e o público em geral, que não disponham de espaço e equipamentos para a realização de seus trabalhos com microcomputadores e a utilização de seus aplicativos. De forma que não serão instalados jogos visando assim um ambiente mais calmo. para ser utilizado

A prevenção de buscar um ambiente calmo, foi gerada a partir de uma pesquisa feita em alguns Cybercafés, sendo notado que existem profissionais que optam por escritórios virtuais, o que mostrou-se ser algo lucrativo, pois estes utilizam em grande quantidade o número de horas e impressões. Esses profissionais optam pelo conforto, tranqüilidade e um amplo estacionamento, idéia que vem a somar no empreendimento em questão.

### **Mercado Fornecedor**

Para o empreendimento foi escolhido o provedor de acesso á Internet : *Velox + velocidade* com o objetivo de ofertar um serviço de maior qualidade aos clientes, além do mesmo ter um preço mais acessível para o projeto.

No que se refere a compra dos microcomputadores e demais produtos, fez-se uma pesquisa no mercado em busca do menor valor.

## **Localização**

O **L&R Cyber** está localizado na região metropolitana de Belém, Bairro da Pedreira mais precisamente na Avenida Pedro Miranda. A localização do empreendimento é estratégica, pois é um local de grande circulação e está próximo de escolas, universidades e escritórios, justamente por ser esse o seu público-alvo.

## **Plano de Marketing**

O crescente número de Cybercafés na região exige um projeto com destaque em qualidade no atendimento e nos serviços prestados, sendo necessário ainda criar diferenciais em relação aos concorrentes.

O **L&R Cyber** terá como padrão de qualidade programas atualizados, equipamentos de última geração, atendimento personalizado, salas climatizadas e comodidade nas instalações.

O meio de divulgação principal serão: cartazes, faixas, panfletos, anúncios em jornais e rádios.

## **Competidores**

Apesar do local ser bastante movimentado e cercado de grandes instituições de ensino, os concorrentes são poucos. O que não prejudicará o empreendimento pois as necessidades são muito maiores. Os poucos cybes existentes não possuem uma estrutura adequada para atender o público que objetivamos alcançar. No entanto, deve-se levar em consideração um fator muito importante que são locais clandestinos, os quais por não terem os mesmos custos de uma empresa legalizada oferecem serviços com baixos valores, pois fazem uso de programas piratas, não pagam impostos e, como já mencionado, não gastam com legalização.

## **Equipe Técnica**

Para o quadro dos funcionários serão contratadas pessoas com conhecimento avançado em informática, principalmente no que se refere a manutenção de microcomputadores.

## **Estrutura e Operação**

### **Regime de Operação**

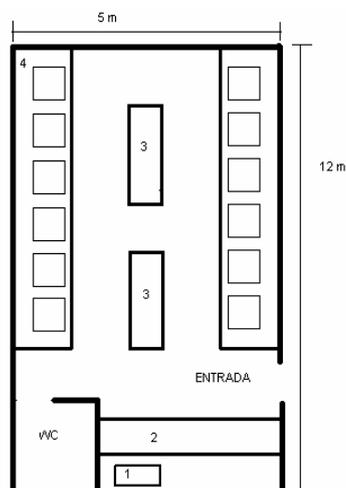
O regime de funcionamento do L&R Cyber será de 12 horas por dia. Das 8:00 h da manhã às 10:00 h da noite, deverá ser fechado para o almoço.

### **Descrição Operacional**

A descrição do processo Operacional atenderá as seguintes etapas:

1. Atendimento Inicial ao Cliente;
2. A especificação do serviço pelo cliente;
3. Liberação da máquina através do sistema gerenciador de Cyber café;
4. O funcionário informa ao cliente a máquina e caso necessite, fornece instruções para iniciar a operacionalização;
5. Quando o cliente desejar terminar o acesso, ele dirige-se até o balcão onde é fechado no sistema de computador o seu horário;
6. O cliente efetua o pagamento.
7. O cliente também irá dispor dos serviços de lanchonete, mas esta estará ligada ao cyber pelo sistema de parceria, apenas para fornecer um ambiente completo.

### **Layout das Instalações**



1. Servidor de Rede
2. Balcão de Atendimento
3. Assentos para o cliente
4. Cabines individuais

## **Recursos Humanos Necessários**

Para este empreendimento será necessário dois funcionários responsáveis pelo atendimento ao cliente e pela manutenção dos micros, caso haja falhas. Esses funcionários terão conhecimento amplo na parte de manutenção de micros.

Os proprietários, além da administração e gerenciamento de todas as atividades envolvidas, serão responsáveis pelos contatos com os fornecedores e aquisição dos insumos necessários, além de serviços administrativos.

## **Tecnologia**

O L&R Cyber será composto de 12 máquinas (PC) pelo software gerenciador e o Open Office Xp (editor de texto, planilha, etc.). Não funcionaremos como Lan House.

O uso pode ser simplesmente como um Cybercafé público ou pode-se utilizar como uma conta individual segura com login e senha. Neste último modelo, o usuário poderá ter seus arquivos salvos com segurança e personalizar seu espaço individual. Quando não for mais usar a conta individual, poderá solicitar que a Administração apague todo o conteúdo, fornecendo seu login e a sua senha.

O uso das máquinas de nosso Cyber Café, seja no modelo público ou no modelo de contas individuais, é feito de forma segura, ou seja, para iniciar o uso é feita uma configuração nova, como num terminal bancário, e no momento do encerramento, todos os dados da utilização incluindo login e senhas são apagados automaticamente.

## **DADOS FINANCEIROS**

### **Fontes dos Recursos Financeiros**

Os recursos financeiros para implantação do empreendimento virão principalmente de terceiros. Isso acontece, pois todas as máquinas e equipamentos necessários serão adquiridos mediante compras a prazo.

Como podemos ver no balanço patrimonial inicial, os recursos de terceiros somam R\$ 46.890,00 enquanto que os recursos próprios são de R\$ 11.110,00.

<b>BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL</b>			
<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
<b>Circulante</b>	<b>6.910,00</b>	<b>Circulante</b>	
Disponível	3.429,40	Contas Pagar	46.890,00
<i>Caixa</i>	<i>2.296,00</i>		
<i>Bancos Conta Movimento</i>	<i>1.133,40</i>		
Estoque	3.480,60		
<b>Permanente</b>	<b>51.090,00</b>	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>11.110,00</b>
Imobilizado	46.890,00		
<i>Móveis e Utensílios</i>	<i>3.680,00</i>	Capital	11.110,00
<i>Computadores e Periféricos</i>	<i>43.210,00</i>		
<i>(-) Depreciação Acumulada</i>			
Diferido	4.200,00		
<i>Despesas de Organização</i>	<i>4.200,00</i>		
<i>(-) Amortização Acumulada</i>			
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>58.000,00</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>58.000,00</b>

Esta dívida inicial é necessária, pois é importante a compra dos equipamentos para o funcionamento da empresa, o capital próprio será aplicado principalmente para o giro e a rotação de estoque.

## **Investimentos Necessários**

Representa os recursos necessários para a implantação do projeto, visando a aquisição de máquinas e equipamentos, móveis e utensílios e equipamentos de informática. O investimento inicial do empreendimento é de R\$ 58.000,00.

<b>PLANO DE INVESTIMENTO</b>			
<b>Investimento Inicial</b>			<b>58.000,00</b>
<b>Investimento Fixo</b>	<b>Unid</b>	<b>R\$</b>	<b>Total</b>
<b><i>Móveis e Utensílios</i></b>			<b>3.680,00</b>
Cadeiras Giratórias	13	R\$ 40,00	520,00
Bancos	4	R\$ 40,00	160,00
Central de Ar	1	R\$ 3.000,00	3.000,00

<b>Máquinas e Equipamentos</b>			<b>43.210,00</b>
Microcomputadores	13	R\$ 1.600,00	20.800,00
Máquina impressora e copiadora	1	R\$ 5.500,00	5.500,00
Fone de Ouvido	2	R\$ 30,00	60,00
Software Gerenciador	1	R\$ 600,00	600,00
Windows Xp	13	R\$ 600,00	7.800,00
Officer Xp	13	R\$ 600,00	7.800,00
Anti virus	13	R\$ 50,00	650,00
<b>Total</b>			<b>46.890,00</b>

<b>Despesas Pré Operacionais</b>		<b>4.200,00</b>
Legalização da Empresa		R\$ 1.000,00
Despesas com Marketing		R\$ 200,00
Reforma do Prédio		R\$ 3.000,00

<b>Custo Variável</b>	Unid	R\$	<b>R\$ 824,00</b>
Tonner	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Kit (cilindro, revelador, espelho)	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00
CD room	15	R\$ 2,00	R\$ 30,00
Papel A4	4	R\$ 96,00	R\$ 384,00

<b>CUSTOS FIXOS</b>		<b>R\$ 2.656,60</b>
Conexao Internet		R\$ 205,00
Aluguel		R\$ 600,00
Salarios		R\$ 520,00
Encargos sobre salários		R\$ 41,60
Telefone		R\$ 80,00
Água		R\$ 40,00
Energia Elétrica		R\$ 700,00
Depreciação		R\$ 470,00

<b>DESPESAS FIXAS</b>		<b>R\$ 196,00</b>
Material de Expediente, consumo e limpeza		R\$ 60,00
IPTU		R\$ 136,00

## **Análise do Ponto de Equilíbrio**

Representa o equilíbrio entre o faturamento e custos projetados, ou seja, o nível de atividade mínimo no qual a empresa deva operar para conseguir pagar seus custos, não havendo lucro neste ponto.

Ponto de Equilíbrio = $\frac{\text{Custos + Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$
---

CALCULO DO PONTO DE EQUILIBRIO							
	Acesso a Internet	Digitação	Impressão	Consultas Rápidas	Xerox	Scaneamento	Gravação de CD
Preço de Venda/Unid	R\$ 2,50	R\$ 1,50	R\$ 0,50	R\$ 1,25	R\$ 0,15	R\$ 1,00	R\$ 5,00
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$ -	R\$ -	R\$ 0,10	R\$ -	R\$ 0,10	R\$ 0,10	R\$ 3,00
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$ 934,99	R\$ 124,87	R\$ 411,22	R\$ 124,53	R\$ 1.248,66	R\$ 4,99	R\$ 3,33
Total dos Custos	R\$ 934,99	R\$ 124,87	R\$ 411,33	R\$ 124,53	R\$ 1.248,76	R\$ 5,10	R\$ 6,33
Margem de Contribuição Unitária	R\$ 2,50	R\$ 1,50	R\$ 0,39	R\$ 1,25	R\$ 0,04	R\$ 0,89	R\$ 2,00
<b>Ponto de Equilíbrio/Unid</b>	<b>374</b>	<b>83</b>	<b>1.041</b>	<b>100</b>	<b>27.830</b>	<b>6</b>	<b>3</b>
<b>Ponto de Equilíbrio em R\$</b>	<b>R\$ 934,99</b>	<b>R\$ 124,87</b>	<b>R\$ 519,78</b>	<b>R\$ 124,53</b>	<b>R\$ 4.146,84</b>	<b>R\$ 5,69</b>	<b>R\$ 15,82</b>

Acima estão descritos o ponto de equilíbrio por unidade e por valor monetário de cada serviço oferecido no empreendimento.

Para que a empresa comece a gerar lucro é necessário que ultrapasse os valores abaixo: 374 horas de acessos a internet , 83 digitações, 1.041 impressões, 100 consultas rápidas, 27.830 xerox, 6 scaneamentos e 3 gravações de CD.

## Resultado do 1º Ano

Resultado no 1º ano							
Serviço	Unid. Mensal	Unid. Anual	Preço de Venda	CDV	Receita Mensal	Receita Anual	CDV Anual
Acesso a Internet	2.808,00	33.696	2,50	-	7.022,19	84.266,33	-
Digitação	375,00	4.500	1,50	-	561,77	6.741,24	-
Impressão	1.235,00	14.820	0,50	0,10	616,35	7.396,26	1.543,26
Consultas Rápidas	374,00	4.488	1,25	-	467,65	5.611,75	-
Xerox	3.750,00	45.000	0,15	0,10	558,76	6.705,17	4.686,00
Scaneamento	15,00	180	1,00	0,10	14,97	179,67	18,74
Gravação de CD	10,00	120	5,00	3,00	50,00	600,02	360,00
<b>TOTAL</b>	<b>8.567,00</b>	<b>102.804</b>			<b>9.291,70</b>	<b>111.500,42</b>	<b>6.608,00</b>

Ao analisar o resultado do exercício, percebemos que a empresa possui capacidade de geração de lucro , apenas com a sua atividade operacional.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	
	ANO1
<b>Receita Bruta Serviços</b>	<b>111.500,42</b>
(-) Deduções	(5.575,02)
ISS	
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>105.925,40</b>
<b>Custos Operacionais</b>	
(-) Custos do Período	(6.608,00)
Custo Direto dos Serviços	
<b>Lucro Operacional Bruto</b>	<b>99.317,40</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	
(-) Despesas	(2.352,00)
<b>Lucro Operacional</b>	<b>96.965,40</b>
<b>(+/-) Rec./Desp. não Operacionais</b>	
Lucro antes do Imposto de Renda	96.965,40
(-) Imposto de Renda	(4.848,27)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>92.117,13</b>

## Projeção de Fluxo de Caixa (para cinco anos)

Esta é a principal ferramenta de planejamento financeiro do empreendedor. As principais preocupações devem estar em honrar seus compromissos com fornecedores, credores, gastos com pessoal(salários), impostos, entre outros

O quadro abaixo demonstra o saldo do fluxo de caixa projetado para cinco anos com crescimento de 20% do faturamento, o IGPM – Índice Geral de Preço de Mercado da

Fundação Getúlio Vargas, acumulado em 12% no Ano 1 de operação da empresa, para corrigir os custos de despesas variáveis da prestação do serviço a cada ano.

<b>FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 anos</b>	
IGPM / 2003	12%

Crescimento ao ano	20%
--------------------	-----

ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL

27.137,20	39.313,70	54.735,38	74.148,48	98.460,11
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

## **Análise de Investimento**

Existem algumas perguntas a respeito do projeto que podem ser respondidas por meio de técnicas específicas.

### **Prazo de Payback:**

Responde a seguinte pergunta “Qual o prazo em que será recuperado o desembolso do investimento inicial?”. A técnica de payback mede o tempo necessário para a recuperação do capital inicialmente investido, a técnica utiliza o fluxo de caixa para medir o resultado.

Payback	=	$\frac{\text{Investimento}}{\text{Fluxo Caixa anual}}$
---------	---	--

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	58.000,00			(58.000,00)			
1		111.500,42	84.363,22	27.137,20	47%	2,14	769
2		133.800,51	94.486,81	39.313,70	68%	1,48	531
3		160.560,61	105.825,22	54.735,38	94%	1,06	381
4		192.672,73	118.524,25	74.148,48	128%	0,78	282
5		231.207,27	132.747,16	98.460,11	170%	0,59	212

A tabela acima indica que em dois anos e trinta e nove dias (769 dias) o L&R Cyber consegue o retorno do seu investimento inicial, confirmando a menor exposição do empreendimento aos riscos.

### Valor Presente Líquido (VPL)

É uma estimativa do valor anual para futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo projeto, deduzindo o investimento feito inicialmente. Caso esse valor seja positivo, indica que a empresa lhe proporcionou um retorno acima de suas expectativas; do contrário, seu investimento rendeu-lhe naquele período menos que o desejado.

$$\text{VPL} = \frac{F_n}{(1 + i)^n} - \text{INV}$$

VPL = Valor Presente Líquido

F<sub>n</sub> = Fluxo de caixa

i = Taxa de Retorno Desejada

n = vida do projeto em anos

INV = Investimento Inicial

### Taxa Interna de Retorno (TIR)

A taxa Interna de Retorno é possivelmente a técnica mais usada para a avaliação das alternativas de investimentos. É a taxa que iguala o valor presente líquido ao investimento inicial referente ao projeto.

Taxa de Retorno Contábil	=	$\frac{\text{Fluxo Caixa anual}}{\text{Investimento}}$
--------------------------	---	--

Foi obtido um VPL positivo (R\$ 82.431,94), o que indica a viabilidade econômica da **L&R Cyber**. O projeto mostra uma boa expectativa de sucesso, tendo em vista, que a taxa interna de retorno apresentou um valor de 68% enquanto que a taxa de retorno desejada foi de apenas 20% ao ano confirmando a aceitabilidade do negócio.

VPL	=	R\$ 82.431,94
-----	---	---------------

TIR	=	68%
-----	---	-----

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através do estudo feito para a implantação de um Cyber Café com base no plano de negócios, constatou-se que o empreendimento é viável economicamente, por meio de cálculos e índices de desempenho financeiro. Os seguintes fatos comprovam esta afirmativa:

1. O Resultado do Exercício anual positivo (R\$ 92.117,13), superando o investimento inicial no primeiro ano.
2. O Valor Presente Líquido referente aos cinco anos, tendo como base o fluxo de caixa com valor positivo (R\$82.431,94). Dando a expectativa de retorno do empreendimento.
3. A taxa interna de retorno (68%) foi superior a taxa de retorno almejada para o negócio (20%).

O resultado positivo, deve-se ao planejamento adequado do negócio, levando em consideração os mais diversos fatores: mercado, concorrência, localização, fornecedores, operacionalização e outros.

Este plano de negócios serviu não apenas para mostrar um negócio bem sucedido, mas para provar a necessidade cada vez maior de se fazer este estudo.

## **BIBLIOGRAFIA**

DIAS, Antônia Maria Batista de Souza. *Estudo da Viabilidade econômico-financeira de um empresa na Região Metropolitana de Belém sob a Ótica do plano de negócios*. Belém-Pará. 2004.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa, uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: Como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. 5 ed. Cultura Editores Associados; 1999

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios*. Campus;

IUDICIBUS, Sérgio de. *Análise de balanços*. São Paulo: Atlas, 1988

LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de Pesquisa*. São Paulo. Atlas.1996.

LEONE, George Sebastião Guerra . *Custos: Planejamento, Implantação e Controle*. 3 ed. Atlas. 2000.

RUDIO, Franz Victor. *Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica* .Petrópolis. Vozes. 1998.

<http://www.peritocontador.com.br/heber/ConteudoAdmFinanc2004.xls>

<http://www.peritocontador.com.br/heber/TccNormas.doc>

<http://www.peritocontador.com.br/heber/TccProjPesq.doc>

<http://www.peritocontador.com.br/heber/TccRoteiro.doc>

<http://www.sebrae.com.br>