

FACULDADE DE CIENCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

ROSANA SIQUEIRA VIEIRA

PLANO DE NEGÓCIO: DIGITAL VIDEOLOCADORA NA
CIDADE DE RUBIATABA- GO

30051
5000

Tombo nº	16039.
Classif.	
Ex.	01
Origem:	94
Data:	12/03/2010

Rubiataba – GO

2009

ROSANA SIQUEIRA VIEIRA



**PLANO DE NEGÓCIO: DIGITAL VIDEOLOCADORA NA
CIDADE DE RUBIATA- GO**

Trabalho de Curso submetido à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração. Sob a orientação do Professor Marco Antônio Pereira de Abreu.

Rubiataba – GO

2009

ROSANA SIQUEIRA VIEIRA

**PLANO DE NEGÓCIO: DIGITAL VIDEOLOCADORA NA
CIDADE DE RUBIATA- GO**

COMISSAO JULGADORA

MONOGRAFIA PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE GRADUADO

FACULDADE DE CIENCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

Orientador



M. Sc. Marco Antônio Pereira de Abreu

2 Examinador



M. Sc. Enoc Barros da Silva

Especialista em Administração de Empresas.

3 Examinador



M. Sc. Luis Maurício

Especialista em Administração de Empresas.

Rubiataba – GO, 05 de janeiro de 2010.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Quadro 1- Capital social	23
Quadro 2- Postura estratégica externa	25
Quadro 3- Postura estratégica interna	25
Quadro 4- Concorrentes	28
Quadro 5- Itens a serem adquiridos	28
Quadro 6- Layout	33
Quadro 7- Organograma da empresa	34
Quadro 8- Investimentos fixos	36
Quadro 9- Investimentos financeiros	36
Quadro 10- Investimentos pré-operacionais	37
Quadro 11- Investimento total	38
Quadro 12- Estimativa do faturamento	38
Quadro 13- Estimativa de custos	39
Quadro 14- Estimativa de despesas	40
Quadro 15- Demonstrativo de resultados	41
Quadro 16- Ponto de equilíbrio	41
Quadro 17- Lucratividade	42
Quadro 18- Rentabilidade	42
Quadro 19- Prazo de retorno do investimento	43
Quadro 20- Fluxo de caixa	44
Quadro 21- Valor presente	46

LISTA DE ABREVEATURAS E SIGLAS

TIR Taxa Interna de Retorno

TMA Taxa Mínima de Atratividade

VP Valor Presente

VPL Valor Presente Líquido

RESUMO

O objetivo deste trabalho é montar um projeto para a abertura da empresa Digital Videolocadora que agirá no ramo de locação de DVDs. A empresa Digital Videolocadora será localizada na cidade de Rubiataba-GO; os principais clientes são ficticiamente as pessoas físicas; a atuação da firma abrangerá DVDs original, site virtual e delivery. Os serviços prestados terão uma qualidade superior a de seus concorrentes, pois a empresa utilizará apenas materiais de primeira linha, objetivando atrair os clientes do mercado. Neste projeto fez-se um estudo detalhado sobre os custos e despesas de uma empresa de videolocadora. Além disso, também foi feito um estudo para se saber quanto era o preço de tal serviço no mercado regional. Outro tema abordado foi a demanda no mercado para serviço nesta área, pois só por meio disso é que se pode chegar à estimativa de faturamento da empresa. No projeto financeiro, foram utilizados vários índices e ferramentas financeiras como o fluxo de caixa e o demonstrativo de caixa para se analisar a viabilidade financeira da empresa. Então, conclui-se com este projeto, que a abertura da empresa Digital Videolocadora é viável, porque ela terá capacidade de competir com seus concorrentes, e também terá um bom faturamento. Outro fator importante é o retorno do capital investido em pouco mais de um ano. Tais fatores, entre outros, tornam o plano de negócio viável!

Palavras-chave: qualidade, serviços, cliente.

ABSTRAT

The aim of this report is a project to start a company called Digital Video, which will be a digital video company and it will be located in Rubiataba-GO. The customers will be law-people and the company will produce site and delivery. The most difference of the service will be the superior quality used in its products: good materials and high technology. All of these will offer to the customer a high level of service made. In this project we did a hard study about expenses necessary to start a company and how it is acceptable in the market..

Another subject studied was about the professionals to act in the company, because just with these facts, we will have a great view of all the expenses needed. In the financial project we used specific tools and numbers as: demonstrative cash control. The goal was know more about the real possibility and viability of a digital video company. We noticed that is possible start a company because it will be competitive in the market and it can become profitable.

And the capital invested will be positive at least in two years so it is totally successful to start a company like this.

Key words: quality, service, customer.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 Objetivos.....	12
1.1.1 Objetivo geral.....	12
1.1.2 Objetivo específico	12
1.2 Justificativa.....	13
4.REFERENCIAL TEÓRICO	14
4.1 Empreendedorismo	14
4.2 Empreendedor	15
4.3 Plano de negócio	16
4.3.1 Definição do plano de negócio	16
4.3.2 A estrutura do plano de negócio	17
4.3.2.1 O sumário executivo	17
4.3.2.2 O plano de marketing	17
4.3.2.3 O plano operacional	17
4.3.2.4 O plano financeiro	18
4.3.2.5 Setor de DVDs	18
5. Sumário executivo	20
5.1 O negócio	20
5.1.1 Produto oferecido	20
5.1.2 Clientes	20
5.1.3 Localização	20
5.1.4 O montante de capital a ser investido	21
5.1.5 O faturamento mensal.....	21
5.1.6 O lucro esperado do negócio	21
5.1.7 O tempo esperado que o capital investido retorne	21
5.2 Dados dos empreendedores perfis e atribuições	21
5.2.1 Contrato social	22
5.3 A apresentação da empresa	22
5.3.1 Dados do empreendimento	22
5.3.2 Setor de atividade	23
5.3.3 Forma jurídica	23
5.3.4 Capital social	23

5.3.5 Missão, visão	23
5.3.5.1 Missão	23
5.3.5.2 Visão	23
5.3.5.3 Objetivos	24
5.4 Plano de marketing	25
5.4.1 Descrição dos serviços	25
5.4.2 O cliente	26
5.4.3 Concorrentes	26
5.4.4 Fornecedores	28
5.4.5 Estratégias promocionais	28
5.4.6 O mercado	29
5.4.7 As locações	29
5.4.8 Pós-locações	30
5.4.9 Locações e pós-locações	31
5.5 Plano operacional	32
5.5.1 Layout.....	33
5.5.2 Capacidade de serviços	33
5.5.3 Dimensionamento de pessoal	33
5.5.4 Organograma	34
5.5.5 Processo de prestação de serviços	34
5.5.6 Política de remuneração, treinamento e desenvolvimento	35
5.6 Plano financeiro	36
5.6.1 Investimentos fixos	36
5.6.2 Investimentos financeiros	36
5.6.3 Investimentos pré-operacionais	37
5.6.4 Investimento total	37
5.6.5 Estimativa do faturamento	38
5.6.6 Estimativa de custos e despesas	39
5.6.6.1 Estimativa de custos	39
5.6.6.2 Estimativa de despesas	39
5.6.7 Demonstrativo de resultados	40
5.6.8 Indicadores de viabilidade	41
5.6.8.1 Ponto de equilíbrio	41

5.6.8.2 Lucratividade	42
5.6.8.3 Rentabilidade	42
5.6.8.4 Prazo de retorno do investimento (meses)	43
5.5.9 Fluxo de caixa	44
5.6.10 Taxa mínima de atividade do projeto (TMA)	46
5.6.11 Taxa interna de retorno	46
5.6.12 Valor presente	46
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47

1 Introdução

O presente estudo trata de um plano de negócio, que tem como objetivo a estruturação de um empreendimento novo e analisando a viabilidade da implantação da videolocadora destinado à prestação de serviços de locação de DVDs¹ e delivery, virtual para toda a população de Rubiataba.

O objetivo do empreendimento será propor para a sociedade da cidade de Rubiataba uma nova oportunidade de locação de DVDs com um preço acessível a todos que gostam de entretenimento de qualidade, pretendendo-se disponibilizar mais opções de escolhas na hora de utilização dos serviços prestados por locadoras, oferecendo a estes mais um serviço diversificado. A Digital Videolocadora é um projeto de investimento que disponibilizará a locação de DVDs de filmes e musicais de diversos gêneros e com o serviço delivery² que proporcionará a comodidade de entrega a domicílio e o serviço virtual um site informativo, onde poderá ser feito locações e obter informações de lançamentos de filmes, top 10 e quais os DVDs estão disponível na Digital Videolocadora, que buscará como objetivo de ser uma videolocadora aceita por toda a população rubiatabense tendo um diferencial das demais já existentes e buscar atingir os clientes que gostam de conforto e comodidade e que estão insatisfeitos com os serviços prestados.

O plano de negócio a cada dia que se passa torna-se de fundamental importância para toda e qualquer pessoa que se deseja empreender, pois serve para minimizar os riscos existentes, análise de mercado, processo operacional, avaliação financeira referente ao empreendimento e avaliação dos resultados, assim fica mais fácil administrar e fazer correções caso necessário. O plano de negócio é uma peça fundamental e informativa para auxiliar e orientar o empreendedor na implantação de sua empresa.

Este presente Plano de Negócio da “Digital Videolocadora” juntamente com o sumário executivo está dividido em três etapas. A primeira o plano operacional, que descreve a localização do negócio, o referencial teórico descreve o perfil do empreendedor e empreendedorismo, apresenta o layout da locadora e detalha sobre o processo de comercialização e dimensionamento de pessoal; plano de marketing o qual

¹ DVD: Disco Digital Versátil.

² Delivery: É a tele entrega (Portugal) ou entrega em domicílio (Brasil), também conhecida como no inglês, é o serviço de entrega de materiais.

identifica as oportunidades estudando o mercado, definindo os objetivos, metas e estratégias da empresa, identificando os concorrentes bem como suas deficiências procurando transformar os pontos fracos dos concorrentes em pontos fortes da “Digital Videolocadora”; plano financeiro verificar se a idéia da implantação do empreendimento é de fato uma oportunidade real de negócio

2. Objetivos

2.1 Geral

Obter conhecimentos necessários para a viabilizar a abertura de uma empresa de videolocadora na cidade de Rubiataba-Go. Depois que este objetivo for atingido pretende-se usar este conhecimento para se abrir a empresa Digital Videolocadora da melhor forma possível.

2.2 Específicos

Os objetivos específicos são objetivos que se pretende atingir para poder tomar o objetivo geral viável.

Os objetivos específicos deste projeto são estes:

- ✓ Identificar e traçar um perfil dos clientes da empresa;
- ✓ Aprovar o capital necessário para a abertura da empresa;
- ✓ Avaliar os indicadores financeiros e viabilidade.

2. Justificativa

A execução deste plano de negócio é visto como uma prática de gestão no desenvolvimento da empresa, seja para revisar periodicamente o atual modelo de negócios, seja para projetos estratégicos específicos ou para estabelecer e avaliar as premissas fundamentais ao desenvolvimento do negócio. O plano de negócio, portanto, nada mais é que uma ferramenta que deve ser utilizada apropriadamente para atingir os objetivos proposto.

Praticamente o plano de negócio da digital videolocadora surgiu de uma vontade através de uma carência na hora de locar DVDs, por isso veio a idéia de se criar um projeto de uma locadora delivery e virtual. Basicamente a proposta desse empreendimento é levar conforto, comodidade e lazer para todas as pessoas da cidade.

Na intenção da utilização deste instrumento, pretende-se disponibilizar mais opções de escolhas para a população rubiatabense na hora de utilização dos serviços prestados por locadoras, oferecendo a estes mais um serviço diversificado. Onde proporcionará um serviço de entrega adomicílio em toda a cidade, principalmente nos dias de chuvas trazendo também o site da locadora onde os clientes poderão fazer suas locações e ficarem informados dos lançamentos os tops 10 e entre outros.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico serão abordados assuntos pertinentes à elaboração de um Plano de Negócio, sobre o perfil do empreendedor e conceito de empreendedorismo. Aborda também a Digital Videolocadora como um empreendimento do setor de locação de DVDs .

4.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é basicamente estudos utilizados para conhecer as características do empreendedor como pessoas que tem a capacidade de fornecer empregos, que incentivam o crescimento econômico, com o processo de criar algo novo, de transformar buscando ser diferente e de crescer tendo uma realidade lucrativa. Tudo isso para analisar o desempenho do empreendedor diante de um determinado empreendimento e assim descobrir em qual segmento de mercado ele pode ter melhor desempenho. Portanto segundo Dolabela diz que:

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. Ou seja, é utilizada para designar, principalmente, as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc. (DOLABELA, 1999, p. 43).

No entanto o empreendedorismo é o processo de empreender, criar ou ampliar um negócio que já existe. Exigindo do empreendedor dedique tempo para planejar a vida deste estabelecimento, assim como traçar seus objetivos, metas e escolher quais os caminhos a serem seguidos, não se deixando abater com as dificuldades que poderão surgir, na busca de alcançar seus respectivos objetivos, assim transformando uma idéia e vontade numa realidade lucrativa. Nesse sentido observar-se segundo Chiavenato (2005) diz que:

Empreendedorismo é um processo que envolve a criação de algo novo, exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o negócio possa crescer; requer ousadia, riscos calculados e decisões críticas; tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos (p.19).

4.2 Empreendedor

O empreendedor é aquele que detecta oportunidades e cria a necessidade de algo novo ou inova um mercado fazendo com que esse mercado venha a existir com maneiras peculiares e únicas, se dedicando inteiramente as atividades da organização onde o principal foco é buscar é conquistar e satisfazer todos seus clientes e obter retorno significativos gerando riquezas. Portanto segundo Chiavenato ,(2005)que diz:

Empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtores/ serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias. Para ele, “o empreendedor é a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócios (p. 5).

No entanto o grande empreendedor é uma pessoa que enxerga oportunidades aonde a grande maioria das pessoas não enxergam, tem a capacidade de tomar a iniciativa, buscar soluções inovadoras e agir no sentido de encontrar a solução para os problemas econômicos, sociais e pessoais. Pois Dornelas (2005) diz que:

Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonados pelo que fazem e não se contentam em ser mais um na multidão; querem ser reconhecidos e admirados, referenciados e imitados; querem deixar um legado (p. 21).

Nesse sentido, empreendedores são pessoas que sempre estão em busca de seus objetivos não deixando abater e nem desistem dos obstáculos, pois eles querem ser lembrados pelas suas conquistas, são pessoas sonhadoras que vive no futuro e apaixonados pelo que faz e um grande inovador.

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Além de energia e perseverança, uma grande dose de paixão é necessária para construir algo a partir do nada e continuar em frente, apesar de obstáculos, armadilhas e da solidão. O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte ao seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro (DOLABELA, 1999, p. 44).

O empreendedor deve ser alguém que seja capaz de se comunicar de maneira clara e objetiva, pois ele precisa saber conquistar aliados, para que seu negócio possa seguir em frente. O empreendedor não acredita em sorte no negócio, por que entende que ele é fruto de seu esforço, trabalho e dedicação ao seu empreendimento que é quem faz as coisas acontecerem é ele em que toma as decisões e as iniciativas.

No entanto segundo Chiavenato (2005, p. 5) “O empreendedor é a pessoa que consegue fazer às acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades.”

Segundo o autor combinando essas características o empreendedor pode transformar, idéias simples e mal estruturadas em um empreendimento concreto e de sucesso. Dessa forma, pode-se concluir que alguns negócios podem ser desenvolvidos com pouco capital e ser bem sucedidos no mercado graças à capacidade de seus empreendedores em compartilhar o conhecimento do negócio com as oportunidades existentes no mercado.

4.3 Plano de negócio

Antes de se dar início a um empreendimento novo, é essencial a elaboração e construção de um plano de negócio que tem como principal objetivo orientar o empreendedor nas decisões estratégicas do seu negócio antes de iniciar seu empreendimento.

O plano de negocio é uma ferramenta de fundamental importância para o empreendedor que pretende começar seu próprio negocio, ele é semelhante a um roteiro que o empreendedor deve seguir para se evitar riscos no seu empreendimento, esta é uma das varias razões importantes que justificam um plano de negocio.

O plano de negocio em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases solidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócios. (BERNARDI, 2007, P. 4).

4.3.1 Definição do plano de negócio

O plano de negócio pode ser definido como um projeto de viabilidade de um empreendimento, nele consta todas as informações sobre o empreendimento, seus riscos e oportunidades. O plano de negócios no geral é uma ferramenta muito importante para os empreendedores, porque ela ajuda o empreendedor a analisar a melhor forma de criar o seu empreendimento.

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

4.3.2 A estrutura do plano de negócio

O plano de negócio é composto pelo sumário executivo, plano de marketing, plano operacional, e pelo plano financeiro. Todas as partes de um plano de negócio são muito importantes, pois cada uma delas nos dá uma importante informação sobre o empreendimento.

4.3.2.1 O sumário executivo

O sumário executivo é a apresentação do plano de negócio. Nele é tratado um resumo sobre os principais tópicos do plano de negócios, esclarecendo todas as dúvidas do leitor assim conseguindo cativá-lo.

4.3.2.2 O plano de marketing

O plano de marketing é uma parte muito importante de um plano de negócios, é ele que apresenta como o empreendedor pretende vender seus produtos e serviços e as informações sobre o tipo de cliente do mercado onde ele pretende entrar. O plano de marketing serve para orientar as estratégias das empresas que desejam obter maior eficiência e eficácia, dando várias informações importantes sobre a empresa como o mercado em que ele está entrando, os seus fornecedores, e os seus concorrentes entre outras informações.

Um bom plano de marketing é ponto crítico e vital ao projeto, pois dele derivam todas as projeções subsequentes, demonstrando os dados e subsídios necessários à sustentação do modelo de negócios e as informações pertinentes que irão compor o plano de negócios em suas partes específicas (BERNARDI, 2007, p.121).

4.3.2.3 O plano operacional

O plano operacional é outra parte muito importante do plano de negócio, é ele que vai demonstrar para o empreendedor o que ele vai necessitar de estrutura física, maquinário, e a necessidade de pessoal da empresa, entre várias outras informações importantes sobre a parte operacional da empresa.

4.3.2.4 O plano financeiro

O plano financeiro é a parte do plano de negócio que trata da parte financeira do empreendimento, é através dele que o empreendedor fica sabendo quais serão os custos e o faturamento do seu empreendimento. É através do plano financeiro que o empreendedor vai saber se será viável ou não fazer o empreendimento.

O plano financeiro “trata-se de um planejamento financeiro ou processo orçamentário” (BERNARDI, 2007, p.140) diz que o desenvolvimento do plano financeiro abrange:

- Balanço patrimonial;
- Fluxo de caixa;
- Avaliação do retorno do investimento.

Fora os itens citados por Bernardi como parte do plano financeiro existem vários outros como os índices de lucratividade e de retorno entre vários outros que podem ser utilizados no plano financeiro para a análise financeira do empreendimento.

4.3.2.5 Setor de DVDs

A procura por serviços de locação de DVDs cresce a cada dia, assim como as empresas de videolocadoras. No Brasil cada vez mais o entretenimento doméstico está relacionado à renda familiar dos brasileiros é raro encontrar uma família que não goste de comodidade, hoje em dia cada vez mais brasileiros procuram entretenimento dentro de casa e com a família.

Diante desse fato, surgem novas empresas que atuam no ramo de locação de DVDs e videolocadoras.

As populares locadoras, agora são consideradas uma grande fonte de rentabilidade, visto que a demanda por tais serviços é muito alta.

Devido o grande número de empresas do ramo que surgem, as empresas veteranas se sentem na obrigação de inovar para manter sua clientela, apostando em novidades que chamem a atenção dos clientes.

A formação de um cenário tão positivo para as videolocadoras não se resume apenas a descoberta, principalmente por parte da classe média urbana, da comodidade de ter um cinema em casa (longe das filas estressantes) ou devido ao custo baixo que representa no orçamento familiar o aluguel de fitas ou DVDs. O fato é que hoje, no Brasil, falta cinema em boa parte dos municípios – pelo menos é o que constata um levantamento recente do IBGE, 2006 onde 98% das cidades brasileiras com até 20 mil habitantes (ou seja, 75% do total de municípios do País) não tem sequer uma sala de projeção de filmes.

5. SUMÁRIO EXECUTIVO

5.1 O negócio

O negócio apresentará o que há de moderno e alternativo no ramo de videolocadora, dentre as diversas opções de entretenimento disponíveis, vem ganhando terreno, principalmente pequenas cidades, aquelas alternativas que podem ser realizadas sem grande esforço em termos de tempo, locomoção e em segurança. É nesse contexto que se enquadra o comércio de DVDs. Uma diversão relativamente barata, que toda a família pode usufruir e adquirir sem contar com a comodidade de não ter que sair de casa, pois a empresa terá a oportunidade de oferecer aos clientes os serviços delivery e virtual.

5.1.1 Produto oferecido

A Digital Videolocadora ofertará filmes e músicas em DVD para locação. O DVD-Vídeo é um produto digital que possibilita o armazenamento de som e imagem e a sua execução nos aparelhos de DVD – Player com qualidade muito superior ao tradicional Vídeo no formato VHS. Todos os produtos da Digital Videolocadora serão de altíssima qualidade e durabilidade já que a empresa utilizará de produtos originais. A empresa também estará trabalhando com as melhores marcas para poder dar aos clientes uma garantia maior de que o DVD não venha estragar o aparelho de DVD dos clientes.

5.1.2 Clientes

Os clientes são todas as pessoas físicas que residem na cidade de Rubiataba-Go e das cidades vizinhas que vêm passear na cidade passando feriados e férias por não ter muita opção de entretenimento na cidade, oferecendo assim um diferencial das outras o serviço delivery e virtual dando conforto e qualidade aos clientes que preferem fazer locação sem sair de casa.

5.1.3 Localização

A Digital Videolocadora será localizada na cidade de Rubiataba-Go.

5.1.4 O Montante de capital a ser investido

Ficará em torno de R\$ 30.774,00

5.1.5 O faturamento mensal

A Digital Videolocadora terá um faturamento mensal estimado de R\$ 5.500,00

5.1.6 Lucro esperado do negócio

O lucro líquido estimado mensal da Digital Videolocadora é de R\$ 2.383,00

5.1.7 Tempo esperado que o capital investido retorne

A empresa vai levar 1 ano e 5 mês para recuperar os investimentos feitos na empresa.

5.2 Dados dos empreendedores, perfis e atribuições

Sócio:

Rosana Siqueira Vieira, residente em Rubiataba-Go, na rua candiuba nº291, casada, telefone para contato (62) 85479386.

Perfil:

Rosana Siqueira Vieira está concluindo o curso de Administração com ênfase em agronegócio.

Atribuições:

Rosana Siqueira Vieira ficará responsável pela administração da empresa, então ela cuidará de toda a parte administrativa da empresa, e também ajudará no atendimento dos clientes.

Sócio:

Jean Oliveira da Silva, residente em Rubiataba-Go, na rua candiuba nº291, casado, telefone para contato (62) 92762695.

Perfil:

Jean Oliveira da Silva formado em Administração com ênfase em gestão de sistemas de informação tem experiência em RH por ter trabalhado no departamento de RH da COOPER-RUBI.

Atribuições:

Jean Oliveira da Silva ficará responsável por controlar a parte de contratações de funcionários isto por já ter experiência no ramo, ele também ajudara no atendimento dos clientes caso seja necessário.

5.2.1 Contrato social

Após análise, verifica-se que todos os sócios possuem os mesmos objetivos e ambições.

O valor da retirada pró-labore será de R\$ 900,00 mais 15% do lucro para cada sócio. Inicialmente 65% do lucro será reinvestido na própria empresa até atingirmos uma estabilidade no mercado. Posteriormente será reinvestido 50% do lucro e os demais 50% serão distribuídos em partes iguais entre os sócios.

Nenhum sócio terá autonomia para tomar decisões isoladamente que sejam de importância relevante (compra de equipamentos, contratação de funcionários e decisões de igual importância.), a não ser em caso de urgência ou emergência. Nas decisões de pequena importância, ou seja, corriqueiras e que estejam ligadas a sua função, poderão ser tomadas isoladamente.

Só será permitida a contratação de familiar, se o mesmo comprovar competência para atender à necessidade da empresa, e com o aval de ambos os sócios.

Em caso de falecimento de um dos sócios a sua parte da sociedade será passada para a sua família caso haja entre os membros da família alguém capaz de substituí-lo na empresa, caso não haja o sócio remanescente ou comprará a parte do outro sócio ou irá vendê-la para outra pessoa capaz de assumir o lugar do sócio falecido e repassará o dinheiro para os familiares do sócio falecido.

Em caso de desistência de um dos sócios o sócio desistente irá vender a sua parte para o sócio remanescente se ele não for capaz de comprar a parte dele, ai ele venderá para outra pessoa que seja capaz de exercer a sua função dentro da empresa isto desde que o sócio remanescente aprove o novo sócio.

Foi verificado, e nenhum sócio possui restrições cadastrais e nem pendências junto a órgãos como: Receita Federal, Secretária de Estado da Fazenda e INSS.

5.3 Apresentação da empresa

5.3.1 Dados do Empreendimento:

Nome da empresa: Digital Videolocadora

CNPJ/CPF: 014.529.961-99

A escolha do nome foi feita pelos sócios da empresa após avaliar qual seria o melhor nome para a empresa que pudesse destacar o ramo de atividade da empresa.

5.3.2 Setor de atividades

A Digital Videolocadora estará atuando no setor de prestação de serviços, oferecendo serviços na área de locação de DVDs e CDs.

5.3.3 Forma jurídica

A empresa será composta por uma sociedade empresária já que a empresa terá apenas dois sócios, e a empresa trabalhará sobre o regime do SIMPLES isto por a empresa ser de pequeno porte e pelo seu enquadramento jurídico poder optar pelo SIMPLES.

O SIMPLES NACIONAL é um regime tributário que diminui a burocracia, e os benefícios vão além dos tributários. Com o SIMPLES NACIONAL, fica mais simples obter crédito, tecnologia, abrir empresas e se formalizar.

5.3.4 Capital social

Cada sócio irá investir na empresa 50% do valor necessário para a sua abertura, estes valores serão obtidos através de um empréstimo que será feito pelos sócios.

1 - Capital social

Nome do Sócio	Valor (R\$)	(%) de Participação
Jean Oliveira da Silva	16.932,00	50%
Rosana Siqueira Vieira	16.932,00	50%

Fonte: Dados da pesquisa, Adaptados pela autora, 2009

5.3.5 Missão e visão

5.3.5.1 Missão

A missão da Digital Videolocadora é oferecer qualidade dos produtos com a satisfação dos clientes com a prestação de serviços de tecnologia com custos acessíveis a todos os clientes e possibilitar aos clientes a diversão almejada com qualidade conforto e lazer.

5.3.5.2 Visão

A visão da empresa é construída em consonância com o mercado atual, que exigirá esforço da gestão para: “Ser reconhecida, lembrada e recomendada pela comunidade local como referência na locação de filmes e entretenimento, e qualidade no atendimento”.

5.3.5.3 Objetivos

- ✓ O objetivo em curto prazo da empresa é a viabilização da empresa, por meio do alcance do equilíbrio financeiro dentro do prazo estabelecido. Para isso serão promovidas as expansões contínuas das visitas e das locações realizadas.
- ✓ Em médio prazo é a disputa por uma fatia expressiva do mercado é o objetivo para a segunda etapa do crescimento.
- ✓ Em longo prazo é ser conhecido como a melhor locadora de Vídeo na cidade de Rubiataba e cidades vizinhas tanto em volumes de vendas como na variedade de títulos disponíveis.

5.4 Plano de marketing

5.4.1 Descrição dos Serviços

A Digital Videolocadora ofertará DVDs de filmes, musicais para locação: Esse produto atende a finalidade de entretenimento, comodidade e facilidade como entrega a domicilio e virtual, a entrega adomicílio será feito pelo o Office-boy basta o cliente ligar ou entrar no site da empresa e escolher o filme que queira ver, o site terá toda informação que os clientes necessitará como: os top 10, os mais locados, os filmes disponíveis na locadora, os que estão em cartaz, basta os clientes acessar o site e fazer a locação principalmente os dias de chuva que pede um bom filme, oferecendo tudo isso com qualidade e segurança sem custos adicionais ao produto oferecido.

2 – Postura Estratégica Externa

<i>Postura Estratégica Externa</i>	<i>Oportunidades</i>		<i>Ameaças</i>	
	1	2	1	2
Componente Social		X		
Componente Econômico			x	
Componente Legal		X		
Componente Tecnológico	x			
Cliente		X		
Tempo	x			
Fornecedor	X			
Concorrente				X
Total	3	6	1	2
Total Geral	9		3	

Fonte: Dados da pesquisa, Adaptados pela autora, 2009

3- Postura Estratégica Interna

<i>Postura Estratégica Interna</i>	<i>Pontos Fracos</i>		<i>Pontos Fortes</i>	
	1	2	1	2
Gestão				X
Financeiro			x	
Marketing			x	
Qualidade			x	
Recursos Humanos		X		
Total		2	2	2
Total Geral	2		5	

Fonte: Dados da pesquisa, Adaptados pela autora, 2009

5.4.2 O cliente

Os clientes são todas as pessoas físicas que residem na cidade de Rubiataba-Go e turistas que vêm passear na cidade ou passar férias, que gostem de lazer em família, principalmente em dias de chuva que não muita opção de sair na cidade e um bom filme cai muito bem.

De acordo com as pesquisas realizadas a preferência de filmes por:

Crianças entre 3 a 12 anos – filmes de super heróis, desenhos animados, cantores infantil;

Adolescentes entre 12 a 17 anos – filmes Terror, ficção, comédia;

Adultos entre 18 a 25 anos – Comédia, romântico, eróticos, suspense, ação;

Adultos entre 25 e 45 anos – Românticos, filmes mais clássicos e exóticos, etc.

Ver-se há clientes para todos os gostos.

Na cidade de Rubiataba há comércio nessa área de locadora de DVD, o suficiente para fazer uma competição acirrada entre elas.

Rubiataba – 5 locadoras

A probabilidade de abrirem novos competidores nesse segmento é de grandes possibilidades, por ser uma área de fácil acesso, pelo fato da compra de DVD's piratas.

5.4.3 Concorrentes

Os concorrentes, basicamente, são discriminados como sendo: todas as vídeo locadoras existentes na cidade de Rubiataba que são elas: Visão Áudio e Vídeo locadora de DVD, Revistaria.com locadora de DVD, Santana Vídeo locadora de DVD, Planeta Vídeo Café locadora de DVD, Fox Vídeo locadora de DVD e os camelos e os vendedores ambulantes de DVDs piratas. Todos estes são concorrentes diretos. Já os concorrentes indiretos, estão ligados à linha de entretenimento em geral, como por exemplo: TV a cabo; por Assinatura; parques; cinema; clubes etc. e também os produtos piratas baixados da internet.

A Digital Videolocadora de DVD prevê ser uma disputa mais acentuada pelo mercado, sendo assim buscaremos estar sempre atualizando os títulos para não ficarem defasados, evitando que a concorrência se antecipe nos lançamentos, entrega a domicílio e virtual pois na cidade não há nenhuma locadora que oferece esse tipo de serviço a empresa oferecerá dando assim aos clientes a oportunidade de conforto e lazer na palma da mão basta que o cliente entre no site ou ligue para fazer sua locação e a empresa entregará na sua casa

com toda qualidade e segurança e oferecendo sempre uma excelência na qualidade ao atendimento, ganhando credibilidade do nosso cliente.

A escassez de tempo das pessoas o serviço de delivery e virtual estimulará a demanda pela diversão de baixo custo que pode ser adquirida de forma cômoda, sem sair de casa.

Os concorrentes, basicamente, são discriminados como sendo: locadoras que fazem uso de DVD's piratas comprados em camelôs e também os produtos piratas baixados da internet.

A Digital Videolocadora terá uma qualidade melhor que os seus concorrentes isto por utilizar DVDs originais que dão uma maior qualidade de áudio e imagem por terem uma durabilidade maior que os piratas e por este DVDs dar uma melhor qualidade é também este tipo de DVDs que não danifica o aparelho de DVDs ao contrário dos que os concorrentes utilizam, este tipo de DVDs é bem mais caro que a do concorrente mas ele além de dar uma melhor qualidade , ele também reduz os gastos com manutenção de danificação dos DVDs e substituição de ter que comprar o mesmo DVDs mais de uma vez em comparação com o usado pelo concorrente.

O preço da Digital Videolocadora será o mesmo dos outros concorrentes isto por ser um preço de mercado, ela poderá fazer isto graças a utilização de uma mercadoria de excelente qualidade, também por diminuir seus custos de manutenção de danificação dos DVDs em comparação com seus concorrentes.

As condições de pagamento da empresa serão as mesmas dos outros concorrentes, pois a empresa venderá a vista.

O atendimento e o serviço ao cliente da Digital Videolocadora serão melhores do que o dos concorrentes isto por todos os funcionários receberão treinamento especializado, feito por cursos de empresas especializadas para estar atuando. Enquanto os funcionários dos concorrentes são contratados sem experiência no mercado e são treinados na própria empresa no dia-a-dia e não recebem nenhum tipo de treinamento especializado.

A Digital Videolocadora pode sim competir com as outras que já estão no mercado já que ela terá uma maior qualidade de seu material e um melhor atendimento que seus concorrentes, isto será possível porque os concorrentes têm muita perda de material por não usarem os materiais de primeira linha, eles têm perdas durante alocação por causa de DVDs piratas baixados pela internet e gravados pelos donos das locadoras, já a Digital Videolocadora não terá tantas perda já que estará usando matérias de excelente qualidade e

assim poderá esta no mercado oferecendo produtos de melhor qualidade e com melhor atendimento do que o concorrente.

Na cidade existe espaço para mais uma empresa neste mercado por não estarem atendendo a qualidade exigida por alguns clientes.

4- Concorrentes

<i>Concorrentes</i>	<i>Qualidade</i>	<i>Preço</i>	<i>Atendimento</i>	<i>Serv. Cliente (Entrega)</i>	<i>Site</i>
Santana Videolocadora	Bom	Bom	Bom	Não disponível	Não disponível
Fox Videolocadora	Bom	Ótimo	Ótima	Não disponível	Não disponível
Planeta vídeo café	Ótima	Bom	Bom	Não disponível	Não disponível
Visão áudio e vídeo	Ótimo	Ótimo	Bom	Não disponível	Não disponível
Revistaria.com	Bom	Bom	Bom	Não disponível	Não disponível

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.4.4 Fornecedores

Os fornecedores da Digital Locadora serão as Nero's Distribuidora de Filmes em DVDs, Damasiana Distribuidora e Revenda, Brasília Vídeos, que fornecerão DVDs de musicais e CDs musicais o preço médio de compra destes materiais em cada um é basicamente o mesmo, todos os fornecedores para os clientes novos só vendem a vista, mas após algum tempo eles já vão dando um prazo para o pagamento isto se o cliente for bom pagador.

5- Itens a serem adquiridos

	<i>Descrição dos Itens a serem adquiridos</i>	<i>Nome Fornecedor</i>	<i>Preço</i>	<i>Cond. Pag.</i>	<i>Praz. Entrega</i>	<i>Localização</i>
1	DVDs Filmes	Nero's D.	100,00	A vista	Semanal	São Paulo-SP
2	DVDs Filmes	Damasiana D.	100,00	A vista	Mensal	São Paulo-SP
3	DVDs, musicais	Brasília Vídeos	15,00a 50,00	A vista	Semanal	Brasília- DF

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.4.5 Estratégias promocionais

As estratégias promocionais utilizada primeiramente pela empresa serão as alianças, nos últimos tempos, estão sendo consideradas como as mais poderosas técnicas de marketing para se fazer negócios. Ao redor do mundo têm se visto esta propagação em grande escala. As transações comerciais são cada vez mais um objetivo em prol da máxima: lucro e/ou resultado.

As Alianças Estratégicas a que se refere este plano de negócios são acordos com outras empresas no intuito de usufruir de parceria “ganha-ganha” (onde ganham todas as partes envolvidas) como se observa a seguir.

Parceria com Lan Houses na divulgação da Digital locadora – Entretenimento.

A entrega do produto locado, em ordem e no prazo, é outro fator crítico de sucesso da locação. A empresa dispõe de um bom acervo e opera com o controle de estoque totalmente informatizado. A entrega dos filmes é feita através do office-boy. Pretendemos diminuir este prazo paulatinamente, de forma a agregar mais valor para o cliente. Está prevista a implantação da "Entrega Expressa" realizada em 10 minutos para toda a cidade. Este serviço está programado para o segundo ano de funcionamento da loja. E não será cobrado valor adicional por este serviço. também a empresa contará com os serviços virtual que proporcionará aos clientes que não querem sair de casa e principalmente em dias de chuva fazer sua locação, ver os filmes disponíveis na locadora, os lançamentos, os top 10, os mais locados permitirá ao cliente toda segurança, conforto e comodidade.

A empresa também utilizará da Propaganda em rádio, carro de som. Não está previsto, pelo menos no primeiro ano, um investimento massivo em publicidade. O objetivo é obter um crescimento gradativo com a fidelização de nossos clientes e seu retorno para uma nova locação. Buscaremos sempre priorizar alternativas promocionais que possibilitem o melhor custo/ benefício.

5.4.6 O mercado

O mercado local de Videolocadora tem apresentado uma grande procura pelos serviços de locação de DVDs isto graças aos clientes agora estarem procurando produtos com boa qualidade de áudio e imagem.

A oportunidade da Digital Videolocadora é que o mercado esta tendo um grande crescimento em função devido ao perfil das famílias brasileiras que cada vez mais estão preferindo se reunir em casa e ver um bom filme isto graças as pessoas estarem buscando produtos com maior qualidade e com uma maior diversidade e comodidade por este motivo a empresa estará iniciando as suas atividade para atender as necessidades destes clientes que estão buscando produtos com excelente qualidade e comodidade.

O risco da Digital Videolocadora é a não aceitação de seus produtos pelos clientes no mercado já que existem na cidade outras empresas que já oferecem os mesmo produtos é um

risco já que o cliente já conhece as outras empresas e a Digital Videolocadora será uma empresa nova e por isto a um risco de a empresa não ser aceita pelos clientes.

5.4.7 As locações

A definição dos preços dos serviços da Digital Videolocadora serão calculados o preço agregado aos DVDs e CDs e calculado com base no preço de mercado isto por os clientes da cidade já estarem acostumados ao nível de preço que é utilizado pelas empresas do ramo na cidade, valores elevados não seriam bem aceitos pelos clientes que já estão acostumados com os preços das outras empresas do ramo.

5.4.8 Pós-locações

Cliente feliz é sinal de bom atendimento. Conhecer o cliente é o primeiro passo para alcançar sua satisfação. Em uma videolocadora, o cliente espera excelente atendimento, comodidade e diversidade que façam a diferença, querem se sentir em casa e esperam esse tratamento dos profissionais.

Diante dessa realidade, a empresa propõe atendimento pós-venda, como:

O cliente será sempre lembrado em datas especiais como: aniversário, recebendo em cartãozinho de felicidades e ainda recebera da videolocadora um brinde, podendo optar por uma locação de DVDs de filmes e games ou CDs.

A empresa ligara para a cliente após consumir os serviços perguntando se a mesma ficou satisfeita com os serviços.

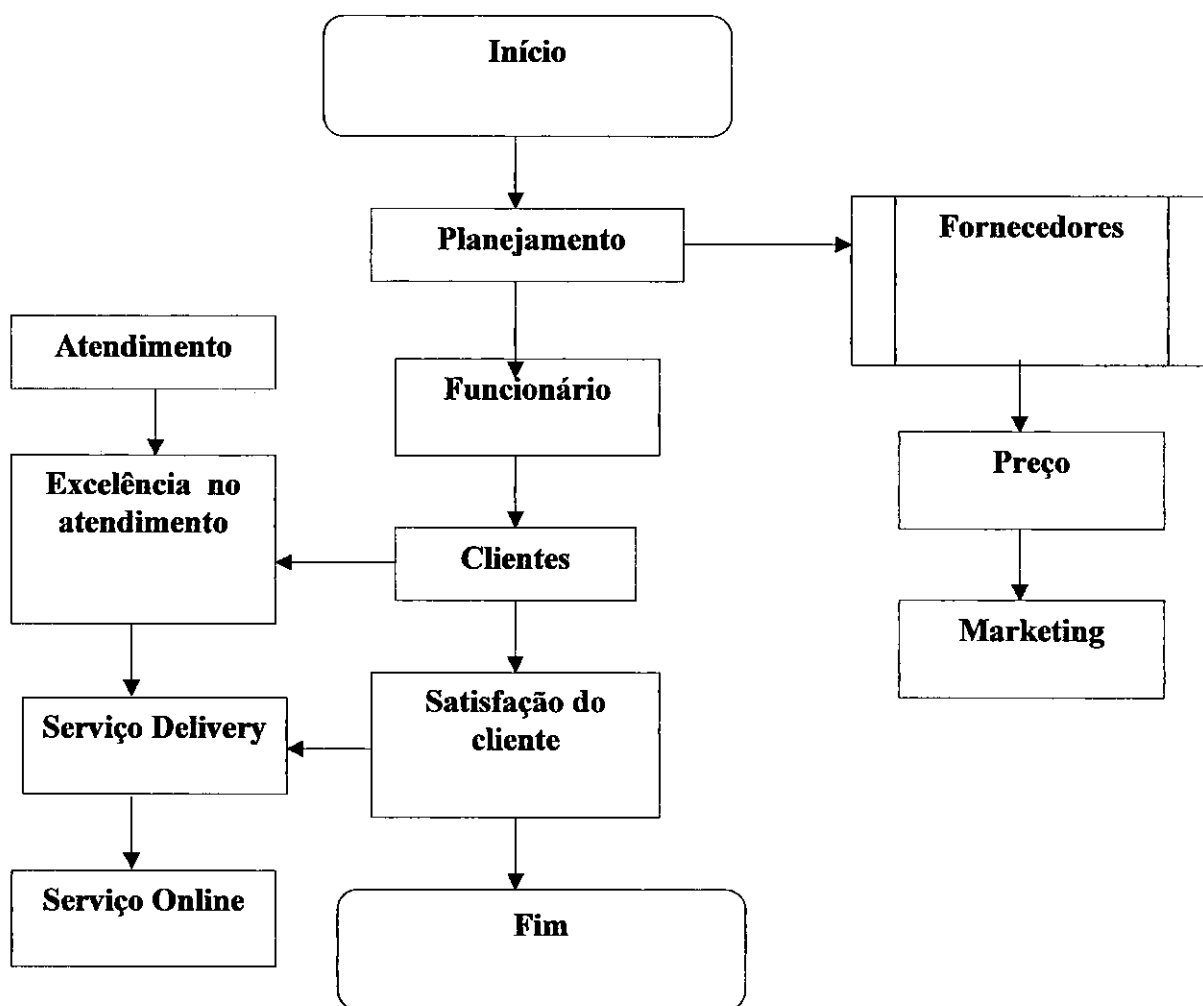
Uma vez por mês a Digital Videolocadora promoverá um sorteio de um kit de locação de DVDs e CDs para os clientes que possuem cadastro na locadora.

Atendimento de telemarketing: enviamos torpedos personalizados a cada cliente de acordo com o perfil e tratamento, fazendo com que este se sinta cada vez mais especial.

É a maneira que a empresa encontra de atribuir ao cliente mesma satisfação que ele proporciona à empresa com sua presença.

5.4.9 Locações e Pós-locações

Fluxograma



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, 2009

5.5 Plano operacional

Os consumidores estão mais exigentes na hora de escolher os prestadores de serviços, são verdadeiros críticos e analisam a qualidade, e se os mesmos lhes trarão total satisfação.

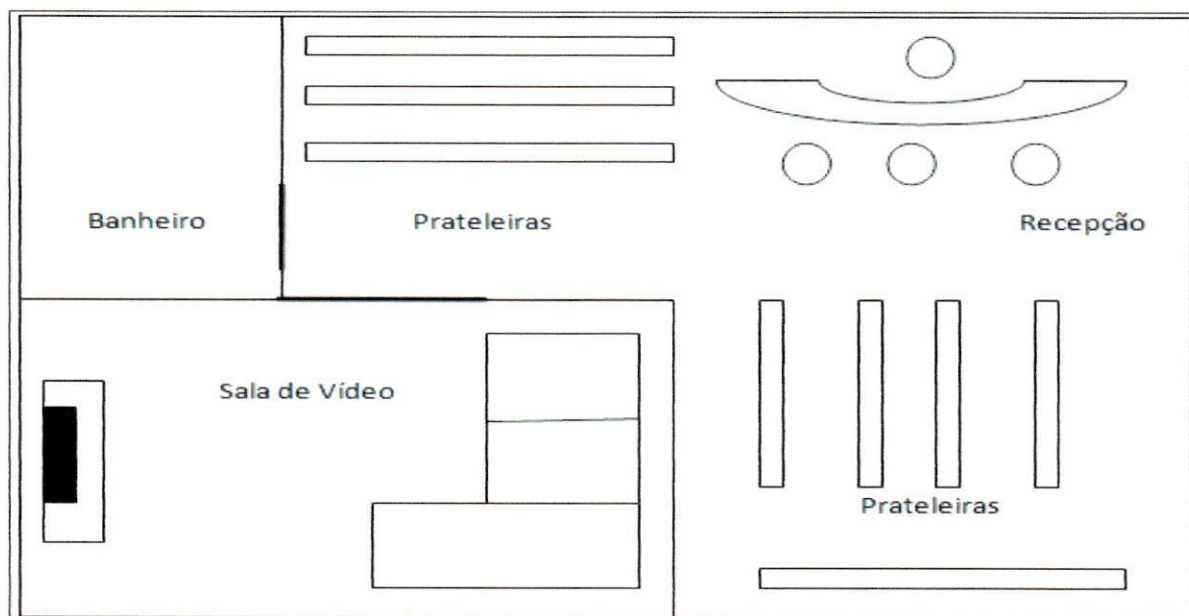
É preciso estar em dia com as novidades, pois o mercado é bastante exigente quanto aos aspectos profissionais. Daí, a necessidade do empreendedor estar buscando atualização constante, seja no conhecimento de novas tecnologias ou de novas tendências. Por esse motivo e, principalmente, em épocas recessivas, os profissionais da área devem utilizar criatividade e motivação para manter um público constante aos seus serviços.

Levam em consideração vários aspectos: comodidade, conforto, inclusive o acesso a esses serviços, mas o fator primordial que consideram, é a qualidade, quando encontrada, a localidade do prestador de serviço deixa de ser um obstáculo.

Olhando por esse ângulo do mercado consumidor, e visando o bem estar e comodidade do cliente. A Digital Videolocadora, conta com uma estrutura montada num local de fácil acesso aos clientes.

Localizada na cidade de Rubiataba – Goiás, na Av. Jatobá, Qd. 12 Lt. 05 – Centro - Rubiataba- Goiás. Contato: digitalvideolocadora.com. A escolha do local e o espaço físico onde será instalada a empresa oferecem uma infra-estrutura necessária para o negócio, ter acesso facilitado aos clientes e fornecedores, enfim, propiciar o crescimento da empresa.

5.5.1 Layout



Quadro 6 – Layout

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, 2009.

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

5.5.2 Capacidade de serviços

A empresa terá a capacidade de acervos de 960 DVDs a disposição dos seus clientes, podendo alcançar um acervo de 3.000 DVDs, durante a semana o fluxo de pessoas em uma videolocadora não é muito grande, mas em compensação nos finais de semana, onde aumenta a movimentação devido à disponibilidade dos clientes que findam o período de trabalho. Com a média de 2 (dois) funcionários, um atendente, um office-boy e um web-designer.

5.5.3 Dimensionamento de pessoal

A Digital Videolocadora terá necessidade dos seguintes cargos:

- a) dois sócios que terão como responsabilidade a administração da empresa, negociar com clientes caso necessário, fazer o controle financeiro da empresa, e fazer o controle das compras de material para a empresa, os dois sócios também estarão supervisionando todos os setores da empresa e auxiliando os setores que tiverem necessidades, isto por os dois sócios terem conhecimento sobre todo o processo da empresa.

A sócia Rosana ficará responsável pela administração financeira e de estoque da empresa.

O sócio Jean ficará responsável pela supervisão das locações e por efetuar algumas delas.

b) um atendente que será responsável por recepcionar os clientes que forem até a empresa ou que ligarem para a empresa, outra função dela será receber os pagamentos efetuados pelos clientes, e efetuar o pagamento das dívidas;

c) um office-boy para o serviço de entrega adomicílio, cobrar as dívidas da empresa.

d) um web-designer que será responsável pelo site da locadora e pelas atualizações do site.

5.5.4 Organograma

O organograma representa a estrutura organizacional de uma empresa, indicando os seus elementos constitutivos e as relações existentes entre eles. A seguir o organograma da empresa Digital Videolocadora.

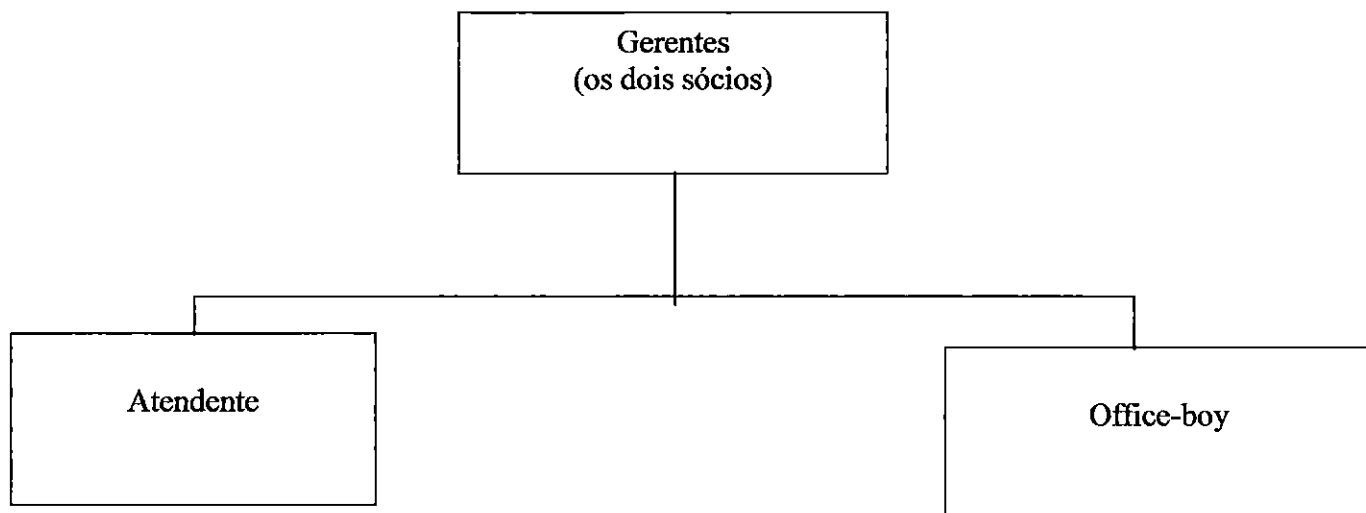


Figura 7- Organograma da empresa

Fonte: Elaborado pela autora, 2009

5.5.5 Processo de prestação de serviços

Todos os funcionários serão selecionados de acordo com a experiência profissional em sua função, será exigido o mínimo de dois anos de experiência e boas referências profissionais, para ter maior segurança na qualidade dos serviços.

5.5.6 Política de remuneração, treinamento e desenvolvimento

Os funcionários da empresa Digital Videolocadora serão remunerados de acordo com o art. 58 da CLT, onde expressa que a jornada diária de trabalho, pois, não pode exceder 8 (oito) horas, limitada a 44 (quarenta e quatro) horas semanais. E o art. 76 da CLT que garante o direito do salário mínimo ao trabalhador normal.

A CLT prevê em seu art. 58 que “A duração normal do trabalho, para os empregados em qualquer atividade privada, não excedera de 8 (oito) horas diárias, desde que não seja fixado expressamente outro limite”. (CLT, 2005, p. 67).

A CLT em seu art. 76 garante o direito do trabalhador:

Salário mínimo é a contraprestação mínima devida e paga diretamente pelo empregador a todo trabalhador, inclusive ao trabalhador rural, sem distinção de sexo, por dia normal de serviço, e capaz de satisfazer, em determinada época e região do País, as suas necessidades normais de alimentação, habitação, vestuário, higiene e transporte. (BRASIL, 2005, p. 90).

A CLT em seu art. 117, ressalva que: “Será nulo de pleno direito, sujeitando o empregador às sanções do art. 120, qualquer contrato ou convenção que estipule remuneração inferior ao salário mínimo estabelecido na região em que tiver de ser cumprido”. (CLT, 2005, p. 91).

Os funcionários da empresa Digital Videolocadora participarão de programas de capacitação e treinamento fornecidos por estabelecimentos e profissionais autorizados. Estarão em constantes atualizações de acordo com os lançamentos e novidades do mercado, participando de congressos, com incentivo ao crescimento e desenvolvimento profissional, tudo contribuindo para maior qualidade dos serviços.

5.6 PLANO FINANCEIRO

5.6.1 Investimentos fixos

Os investimentos fixos são todos os bens que a empresa deve comprar para poder iniciar suas atividades no mercado. Ele serve para se saber quanto a empresa necessitaria de capital para poder comprar todos os bens necessários para o funcionamento da empresa.

Quadro 8 - Investimentos fixos

<i>Discriminação</i>	<i>Quantidade</i>	<i>Total (R\$)</i>
Computador	1	1.699,00
Gôndolas	3	900,00
Mesa de escritório	1	250,00
Modem	1	149,00
Telefone	1	50,00
Moto	1	5.000,00
DVDs	960	12.101,00
Cadeiras	3	285,00
Balcão	1	500,00
Estante fixa na parede	4	1.600,00
Televisão	2	1.000,00
Aparelho de DVD	2	200,00
Total de Investimentos Fixos		23.734,00

Quadro 8 - Investimentos fixos

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2009

5.6.2 Investimentos financeiros

Os investimentos financeiros são o montante de capital financeiro necessário pela empresa para o seu funcionamento normal até que a empresa tenha entrada de capital.

Descrição	Valor Total (R\$)
Capital de giro	5.000,00
Total	5.000,00

Descrição	Valor Total (R\$)
------------------	--------------------------

Quadro 9 – Investimentos financeiros
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

A empresa terá que ter uma reserva de caixa de R\$ 5.000,00 para poder pagar todos os seus custos e despesas até que a empresa comece a ter entrada no seu caixa das contas a receber que a empresa tenha destes R\$5.000,000 a empresa utilizará R\$ 4.706,40 para pagar suas despesas do seu primeiro mês o restante do dinheiro será para provisão caso haja mais algum gasto que a empresa tenha que não tenha sido previsto antecipadamente.

5.6.3 Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são os gastos da empresa antes da sua abertura. Ele serve para se saber quanto de capital a empresa necessitaria gastar antes de sua abertura.

Discriminação	Valor Total (R\$)
Reforma do prédio	1.000,00
Despesas de legalização	540
Divulgação	500
Total Despesas Pré-Operacionais	2.040,00

Quadro 10 - Investimentos pré-operacionais
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2009

A empresa terá um gasto antes do início de suas atividades de R\$ 2.040,00 estes provenientes da reforma do prédio, das despesas de legalização, e da divulgação da empresa na cidade para que os clientes possam saber de sua abertura e de qual tipo de serviço a empresa estará oferecendo a elas.

5.6.4 Investimento total

Investimento total é a soma dos investimentos fixos, investimentos financeiros, e investimentos pré-operacionais. Ele é muito importante para o plano de negócio pois indica quanto de capital os empreendedores da empresa necessitaram para poderem montar a sua empresa.

Descrição	Valor Total (R\$)
Investimentos fixos	23.734,00
Investimentos financeiros	5.000,00
Investimentos Pré-Operacionais	2.040,00
Total	30.774,00

Quadro 11 - Investimento total

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2009

O total a ser investido na empresa para que ela possa ter início nas suas atividades é de R\$ 30.774,00 que são a soma de todos os investimentos que devem ser feitos na empresa para que ela possa começar as suas atividades.

5.6.5 Estimativa do faturamento

A estimativa do faturamento é muito importante em um plano de negócio já que é ela que indica quanto a empresa deverá ganhar de lucro bruto. Neste projeto a estimativa de faturamento está sendo calculado com base na estimativa de locação vezes o valor de mercado do produto.

O faturamento mensal da empresa foi calculado baseado na multiplicação do preço de locação do DVD vezes a estimativa do DVD locado mensalmente. A estimativa de locação mensal em DVDs de filmes é de em média 800 DVDs a um preço médio de R\$ 5,00 por DVD, a estimativa dos DVDs musicais é de 300 DVDs mensais a R\$ 5,00 por DVD, a quantidade de locação de DVDs estimado foi calculado baseado na média de locações de uma empresa deste mesmo ramo de atividade e do mesmo porte de equipamentos e o preço de

locação dos produtos foi calculado baseado no preço de mercado deste tipo de serviço na cidade.

Serviços	Mensal	Anual
DVDs filmes	4.000,00	48.000,00
DVDs musicais	1.500,00	18.000,00
Total	5.500,00	66.000,00

Quadro 12 - Estimativa do faturamento

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.6.6 Estimativa de custos e despesas

5.6.6.1 Estimativa de custos

A estimativa de custos é uma importante ferramenta de um plano de negócio isto por ela mostrar ao empreendedor quanto serão seus custos diretamente ligados com a prestação de seu serviço ou com a fabricação de seu produto.

Discriminação	Mensal	anual
DVDs	700,00	8.400,00
Depreciação	40,00	480,00
Total	740,00	8.880,00

Quadro 13- Estimativa de custos

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

A empresa terá um custo médio mensal de R\$ 740,00 e anual de R\$ 8.880,00 que é a soma de todos os gastos diretamente ligados com a aquisição do material oferecido pela empresa.

5.6.6.2 Estimativa de despesas

Estimativa com despesas é outra importante ferramenta de um plano de negócios e através dela que o empreendedor fica sabendo todos os seus gastos não diretamente relacionados com a produção do seu serviço ou produto.



Discriminação	Mensal	anual
Água	20,00	240,00
Aluguel	465,00	5.580,00
Materiais de higiene	50,00	600,00
Contabilidade	350,00	4.200,00
Telefone	100,00	1.200,00
Marketing	200,00	2.400,00
Pró-labore 11%	102,30	1.227,60
Combustível	80,00	960,00
Salários com funcionários	930,00	11.160,00
Encargos sociais	269,70	3.236,40
Internet	100,00	1.200,00
Energia elétrica	150,00	1.800,00
Depreciação	80,00	960,00
Total	2.897,00	34.764,00

Quadro 14 - Estimativa de despesas

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

A empresa terá um gasto mensal de R\$ 2.897,00 e anual de R\$ 34.764,00 com as suas despesas, estas despesas são as somas de todos os gastos da empresa que não estão diretamente ligados com a prestação do serviço da empresa.

5.6.7 Demonstrativo de resultados

O demonstrativo de resultado é muito importante para um plano de negócio pois é através dele que os empreendedores do negócio ficam sabendo se o negócio irá gerar lucro ou prejuízo. No demonstrativo de resultados o resultado é obtido após subtrair todos os gastos da empresa do seu lucro bruto, aí dá para se saber se a empresa terá lucro ou prejuízo.

Receita Operacional Bruta	5.500,00	66.000,00
(-) Impostos Sobre Vendas 4%	220,00	2.640,00
(-) Custos Variáveis	2.897,00	43.644,00
(=) Resultado Líquido	2.383,00	19.716,00

Quadro 15 - Demonstrativo de resultados

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

A Digital Videolocadora terá após a dedução de todos os seus gastos em sua receita bruta um lucro líquido mensal estimado de R\$ 2.383,00 e anual de R\$ 19.716,00 e isto torna a empresa rentável.

5.6.8 Indicadores de viabilidade

5.6.8.1 Ponto de equilíbrio

É o ponto de equilíbrio que indica ao empreendedor quanto a sua empresa deve render durante um determinado período para que a empresa consiga pagar todos os seus custos.

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{Margem de Contribuição (Receita Total - Custo Variável Total)}}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{IMC} = \frac{31.236}{66.000,00} = 0,47$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$$

$$\text{PE} = \frac{8.880,00}{0,47} = 18.893,61 \text{ a.a}$$

Índice de margem de contribuição	0,42%
Ponto de equilíbrio mensal	R\$ 1.574,46
Ponto de equilíbrio anual	R\$ 18.893,61

Quadro 16- Ponto de equilíbrio

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pela autora, 2009

A empresa terá que ter uma receita mensal de R\$ 1.574,46 para cobrir todos os seus custos mensais, e uma receita anual de R\$ 18.893,61 para que a empresa consiga cobrir todos os seus custos durante o ano.

5.6.8.2 Lucratividade (%)

Lucratividade é o indicador que mede o lucro líquido em relação com as vendas da empresa, é através deste indicador que o empreendedor pode decidir se aumenta seus investimentos ou não.

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

$$\text{Lucratividade} = \frac{19.716,00}{66.000,00} * 100 = 29,87\%$$

Lucratividade	29,87%
---------------	--------

Quadro 17 - Lucratividade

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2008

Isso quer dizer que sobre os R\$ 66.00,00 de receita total “sobram” R\$ 19.716,00 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 24,96% ao ano. Significando uma alta capacidade competitiva, pois poderá reinvestir esse capital.

Rentabilidade (%)

A rentabilidade é um indicador muito importante em um plano de negócio porque é ele que indica quanto de retorno do capital investido os empreendedores obterão do negócio por ano.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{19.716,00}{30.774,00} * 100 = 64,06\% \text{ ao ano}$$

	%Ano
Rentabilidade	64,06%

Quadro 18 – Rentabilidade

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2008

Isso significa que, a cada ano, a empresa irá recuperar 64,06% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio. Sendo um indicador de atratividade do negócio bastante observado pelos investidores.

5.6.8.3 Prazo de retorno do investimento (meses)

Este também é um indicador muito importante em um plano de negócios porque é ele que indica quanto tempo os empreendedores do negócio levarão para ter o retorno do valor investido na empresa.

$$\text{Prazo de Retorno Investimento} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{PRI} = \frac{30.774,00}{19.716,00} = 1 \text{ ano } 5 \text{ meses.}$$

Prazo de retorno do investimento	1,56
----------------------------------	------

Quadro 19 - Prazo de retorno do investimento

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2008

Isso significa que, 1 ano e 5 meses após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem do negócio. Sendo um prazo de retorno ótimo pelo estudo no setor.

5.6.9 Fluxo de caixa

Fluxo de caixa e um item muito importante em um plano de negócios e em uma empresa porque nele constam todos os gastos da empresa e o seu faturamento. Nele podemos analisar toda a movimentação financeira da empresa tanto as entradas de caixa e através disto os empreendedores da empresa poderão observar se a empresa terá lucro ou prejuízo no período analisado, e através do fluxo de caixa os empreendedores poderão planejar melhor as atividades da empresa.

Discriminação	Projeção Anual					
	Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
1 - Investimento Total	R\$(23.734,00)					
2 - Receitas Totais		R\$ 66.000,00	R\$ 69.300,00	R\$ 72.765,00	R\$ 76.403,25	R\$ 80.223,20
3 - Custos/Despesas Anuais Totais		R\$ 43.644,00	R\$ 45.826,20	R\$ 48.117,51	R\$ 50.523,38	R\$ 53.049,66
3.1 - Custos Variáveis		R\$ 6.880,00	R\$ 9.3242,00	R\$ 9.720,20	R\$ 10.279,71	R\$ 10.793,69
3.1.1 - DVDs		R\$ 8.400,00	R\$ 8.820,00	R\$ 9.261,00	R\$ 9.724,05	R\$ 10.210,25
3.1.2 - Depreciação		R\$ 480,00	R\$ 504,00	R\$ 529,20	R\$ 555,66	R\$ 583,44
3.2 - Despesas		R\$ 34.764,00	R\$ 36.502,20	R\$ 38.327,31	R\$ 40.243,67	R\$ 42.225,86
3.3.1 - Água		R\$ 240,00	R\$ 252,00	R\$ 264,60	R\$ 277,83	R\$ 291,72
3.3.2 - Aluguel		R\$ 5.580,00	R\$ 5.859,00	R\$ 6.151,95	R\$ 6.459,54	R\$ 6.782,52
3.3.3 - Materiais de higiene		R\$ 600,00	R\$ 630,00	R\$ 661,50	R\$ 694,57	R\$ 729,30
3.3.4 - Contabilidade		R\$ 4.200,00	R\$ 4.410,00	R\$ 4.630,50	R\$ 4.862,02	R\$ 5.105,12
3.3.5 - Telefone		R\$ 1.000,00	R\$ 1.050,00	R\$ 1.102,50	R\$ 1.157,62	R\$ 1.215,50
3.3.6 - Marketing		R\$ 2.400,00	R\$ 2.520,00	R\$ 2.646,00	R\$ 2.776,30	R\$ 2.917,21
3.3.7 - Depreciação		R\$ 960,00	R\$ 1.108,00	R\$ 1.058,40	R\$ 1.111,32	R\$ 1.166,88
3.3.8 - Energia elétrica		R\$ 1.800,00	R\$ 1.890,00	R\$ 1.994,50	R\$ 2.083,72	R\$ 2.187,91
3.3.9 - Internet		R\$ 1.200,00	R\$ 1.260,00	R\$ 1.323,00	R\$ 1.389,15	R\$ 1.458,60
3.3.10 - Pró-labore		R\$ 1.227,600	R\$ 1.288,98	R\$ 1.353,42	R\$ 1.421,10	R\$ 1.492,15

3.3.11 Combustível	R\$	960,00	R\$	1.00800	R\$	1.058,40	R\$	1.111,32	R\$	1.166,88
3.3.12 - Salários com funcionários	R\$	11.160,00	R\$	11.718,00	R\$	12.303,90	R\$	12.919,09	R\$	13.565,04
3.3.13 - Encargos	R\$	3.236,40	R\$	3.398,22	R\$	3.568,13	R\$	3.746,53	R\$	3.933,86
4 - Juros S/ Finc. Pretendidos	R\$	220,00	R\$	187,00	R\$	149,00	R\$	111,75	R\$	78,22
4.1FCO Fixo	R\$	220,00	R\$	187,00	R\$	149,00	R\$	111,75	R\$	78,22
5- Lucro Tributável (2 - 3 - 4)	R\$	22.136,00	R\$	23.242,80	R\$	24.404,94	R\$	25.625,18	R\$	26.906,44
5.1 - Tributação Simples (4,00%)	R\$	2.640,00	R\$	2.772,00	R\$	2.910,60	R\$	3.056,13	R\$	3.208,93
6 - Disponibilidades (5 - 5.1) + 3.1.2.+3.3.7	R\$	19.496,00	R\$	20.470,80	R\$	21.494,34	R\$	22.569,05	R\$	23.697,50
7 - Amortização Financ. Pretendidos										
7.1 - FCO Fixo										
8 - Superávit/(Déficit) (6-7)	R\$	19.496,00	R\$	20.470,80	R\$	21.494,34	R\$	22.569,05	R\$	23.697,50
9 - Acumulado	R\$(23.734,00)	(4.238,00)	R\$	16.232,80	R\$	5.261,54	R\$	17.307,51	R\$	6.389,99

Quadro 20 - Fluxo de caixa

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2008

Através do fluxo de caixa acima podemos dizer que a empresa terá um superávit muito bom, e isto quer dizer que está empresa e um excelente empreendimento.

5.6.10 Taxa mínima de atividade do projeto (TMA)

Segundo SOUZA e CLEMENTE, (2004,p.74) “a base para estabelecer uma estimativa da TMA é a taxa de juros praticada no mercado. As taxa de juros que mais impactam a TMA são: Taxa Básica Financeira (TBF); Taxa Referencial (TR); Taxa de Juros de longo Prazo (TJLP) e Taxa do Sistema Especial de Liquidação e Custódia (SELIC)”.

Baseado no que foi dito por SOUZA e CLEMENTE a TMA que será utilizada neste projeto será a SELIC que atualmente é 6,25% a.a. esta taxa foi considerada muito atraente pelos sócios da empresa.

5.6.11 Taxa interna de retorno (TIR)

A TIR é a taxa de retorno do investimento, isto é a taxa que o empreendedor obterá de retorno do investimento. Através do fluxo de caixa acima podemos dizer que a empresa terá um superávit muito bom, e isto quer dizer que esta empresa e um excelente empreendimento.

A TIR deste projeto e de 81,87% a.a. que e bem superior a TMA do projeto então a TIR do projeto supera o percentual esperado pelos sócios.

5.6.12 Valor Presente

O valor presente e obtido levando-se os valores do superávit do fluxo de caixa ao tempo zero. Assim podemos analisar melhor os valores, e saber se o investimento foi realmente lucrativo ou não. Nos com estas informações podemos dizer quanto o investimento rendeu realmente de lucro por ano e quanto a empresa teve de lucro depois do abatimento do investimento.

Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
	19.496,00	20.470,80	21.494,34	22.569,05	23.697,50
(23.734,00)	18.349,18	18.133,31	17.919,99	17.709,17	17.500,08

Quadro 2 1 - Valor presente

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2008

VP descontado= 89.611,73

O VP descontado do projeto é R\$ 89.611,73 que é a soma dos valores dos cinco anos.

VPL descontado= $89.611,73 - 23.734,00 = 65.877,73$

O VPL descontado do projeto é R\$ 65.877,73 que é a soma dos valores do cinco anos menos o valor do investimento inicial.

AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após terem sido analisadas todas as informações apresentadas no plano de negócio constata-se que a abertura da empresa Digital Videolocadora é viável já que a empresa tem um mercado abrangente para atuar e com uma busca por este tipo de serviço, e esta busca a cada dia aumenta com o crescimento de pessoas que gostam de entretenimento doméstico tanto na entrega a domicílio como no site virtual com os filmes disponíveis na videolocadora, os top 10, os filmes que estão em cartaz, os lançamentos, então por estes fatos e vários outros a abertura da empresa é um bom negócio isto por a empresa ter um bom mercado e através dos dados adquiridos para a criação do plano financeiro também podemos observar que a empresa terá um faturamento muito bom e com isto poderá crescer no mercado e se manter, e outro fator importante é que os sócios da empresa já conhecem este mercado e assim poderão atuar da melhor forma possível para fazer a empresa crescer cada dia mais.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BERNADI, Luis Antônio. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL. **Consolidação das leis do trabalho**. São Paulo: Saraiva, 2005.

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

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6. Ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando idéias em negócios**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB/1- 1528