

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

PLANO DE NEGÓCIO: TERABYTE INFORMÁTICA

*Associação Educativa Evangélica*  
**BIBLIOTECA**

SILAS RIBEIRO SÁ

*Associação Educativa Evangélica*  
**BIBLIOTECA**

Rubiataba, 12 de Dezembro de 2008

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



PLANO DE NEGÓCIO: TERABYTE INFORMÁTICA

Silas Ribeiro Sá

Orientador: Elton Adenauer Von Grapp de Oliveira

Trabalho de Curso

28002  
500ri

Tombo nº	13965
Classif.:	.....
Ex.:	1.....
.....	.....
.....	.....
Origem:	d.....
Data:	04-03-09.....

Rubiataba, 12 de Dezembro de 2008


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

PLANO DE NEGÓCIO: TERABYTE INFORMÁTICA

Silas Ribeiro Sá

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.

Aprovado por:

  
Orientador: Elton Adenauer Von Grapp de Oliveira

Examinador:

  
Examinador:

Rubiataba, 12 de Dezembro de 2008

## FICHA CATALOGRÁFICA

Sá, Silas Ribeiro

Plano de negócio: Terabyte Informática / Silas Ribeiro Sá – Rubiataba - GO:  
FACER- Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, 2008.  
56f.

Orientador: Elton Adenauer Von Grapp de Oliveira (Especialista )  
Monografia (Graduação) Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. Curso de  
Administração de Empresas.

### Bibliografia.

1. Empreendedorismo. 2. Viabilidade financeira. 3. Plano de negócio. I.  
Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. Curso de Administração de  
Empresas. II. Título.

**CDU65.012.45**

Elaborada pela biblioteconomista Célia Romano do Amaral Mariano – CRB/1-1528

*Uma dedicação especial aos responsáveis pelo curso de Administração da FACER, pelo fato de terem possibilitado a realização de um sonho de um curso superior.*

*Agradeço a Deus por me conceder a graça de concluir um curso superior, e me iluminar ao longo destes anos.*

*A minha família, pela força e incentivo, por estarem ao meu lado em todos os momentos da minha vida.*

*Aos amigos especiais que conquistei ao longo da minha jornada estudantil.*

*A todas as pessoas que participaram direta ou indiretamente da minha vida acadêmica, ajudando-me a tornar uma pessoa melhor.*

*Muito obrigado!*

*Um negócio bem planejado terá mais chances de sucesso que aquele sem planejamento, na mesma igualdade de condições.*

*(José Carlos Assis Dornelas)*

*É importante ter metas, mas também é fundamental planejar cuidadosamente cada passo para atingi-las.*

*(Bernardinho)*

## RESUMO

Percebemos que, por volta dos anos 2000 a 2008, o uso de computadores cresceu de forma significativa no Brasil. A facilidade de acesso às informações, diversão e comunicação são alguns dos motivos pelos quais as pessoas utilizam essa ferramenta que se tornou imprescindível para muitos. Porém, não são todos que podem ter acesso ao computador em casa e, por isso, a Lan House se configura como a opção mais viável para que se possa ter contato a uma inúmera quantidade de informações e interagir com o mundo, sem gastar muito. Esse é o caso da cidade de Itapaci-GO, onde mais de 90% das pessoas não têm computador em casa. Nesse caso, a intenção do presente trabalho é analisar a viabilidade da implantação de uma Lan House na cidade de Itapaci, facilitando o acesso das pessoas ao computador, seja para fins de diversão, trabalho ou entretenimento e, também, garantir ao empreendedor uma lucratividade significativa para que este possa dar andamento aos negócios e melhorar sua condição de vida. Assim, este trabalho tem como ferramenta primordial o Plano de Negócio como auxílio para montar o novo empreendimento, pois através dele tem-se um diagnóstico completo do ambiente interno e externo o que facilita na análise da viabilidade do negócio. São aspectos que não poderiam ser analisados e avaliados separadamente, porém, com o estudo completo, a análise se torna mais apurada e os resultados se revelam mais confiáveis. Através da desde plano de negócio verifica-se que é viável a implantação da Terabyte Informática na cidade de Itapaci, pois o mercado não está saturado e a busca pelo serviço é grande.

**Palavras-Chave: Empreendedorismo, Necessidade, Viabilidade, Negócio.**



## SUMARIO

RESUMO.....	7
1 INTRODUÇÃO .....	11
2 OBJETIVOS.....	12
2.1 Geral .....	12
2.1 Específicos .....	12
3 JUSTIFICATIVA.....	13
4 REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
4.1 Empreendedor.....	14
4.2 Empreendedorismo .....	15
4.3 Empreendimento.....	16
4.4 Plano de Negócio.....	16
4.4.1 Plano de Negócio no Brasil .....	17
5 SUMÁRIO EXECUTIVO .....	21
5.1 Descrição do Negócio.....	21
5.2 Dados dos empreendedores, perfis e atribuições.....	22
Sócio 1 .....	22
Sócio 2 .....	23
5.3 Apresentação da Empresa.....	23
5.3.1 Dados do Empreendimento.....	23
5.4 Setor de Atividades.....	24
5.5 Forma Jurídica .....	24
5.6 Enquadramento Tributário.....	24
5.7 Capital Social.....	24
5.8 Missão.....	24
5.9 Visão .....	25
5.10 Metas.....	25
6 PLANO DE MARKETING.....	26
6.1 Descrição dos principais produtos .....	26
6.2 Estudo dos clientes .....	27
6.3 Estudo dos concorrentes .....	33
6.4 Estudo dos fornecedores.....	35

	9
6.5 Estratégias promocionais .....	36
6.6 Estrutura de comercialização .....	36
6.7 Política de melhoria .....	37
7 PLANO OPERACIONAL .....	37
7.1 Localização do Negócio .....	37
7.2 Layout .....	38
7.3 Capacidade Produtiva .....	39
7.4 Processo de produção .....	39
7.5 Necessidade de pessoal .....	39
8 PLANO FINANCEIRO .....	40
8.1 Estimativa do Investimento Total .....	40
8.1.1 Estimativa dos investimentos fixos .....	40
8.1.2 Estimativa de investimentos financeiros .....	41
8.1.3 Estimativa de investimentos financeiros (Resumo) .....	41
8.1.4 Estimativa dos investimentos pré-operacionais .....	42
8.1.5 Estimativa do Investimento Total(resumo) .....	42
8.2 Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa .....	42
8.3 Estimativa dos custos com materiais e/ou insumos .....	42
8.4 Estimativa dos custos de comercialização I .....	43
8.5 Estimativa dos custos com mão-de-obra .....	43
8.6 Estimativa do custos com depreciação .....	43
8.7 Estimativa dos custos fixos mensais/despesas.....	44
8.8 Demonstrativo de resultados.....	44
8.9 indicadores de viabilidade .....	45
8.9.1 Ponto de equilíbrio.....	45
8.9.2 Lucratividade .....	45
8.9.3 Rentabilidade .....	46
8.9.4 Prazo de retorno do investimento .....	46
8.9.5 Fluxo de Caixa.....	47
8.9.6 Taxa mínima de atratividade do projeto (TMA) .....	48
8.9.7 Taxa Interna de Retorno - TIR .....	48
8.9.8 Valor presente Líquido - VPL .....	49
9 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO .....	50
10 RESULTADOS .....	51

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	52
12 REFÊRENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	53

## 1 INTRODUÇÃO

A cada minuto o mundo evolui. Tudo se transforma a todo o momento; nada está parado, principalmente no que diz respeito à tecnologia. Quando se fala em informática, então, é o que mais muda. A cada dia é criado um novo computador, são desenvolvidos diversos programas, jogos e assim por diante. Isso quer dizer que o computador tem ocupado um lugar cada vez maior na vida das pessoas.

Esse acesso direto ao computador não é privilégio de todos. Ainda existem muitas pessoas que, por questões financeiras, não conseguem ter um computador em casa. Mesmo assim, o uso deste não é descartado. Hoje, a facilidade de acesso ao computador seja para ficar por dentro das notícias, diversão ou comunicação está por toda parte.

Para estes que não possuem computador em suas casas, existem as Lan Houses que se tornaram, nos últimos anos, uma opção muito viável para tais usuários, pois facilita o acesso e tem baixo custo na utilização do serviço.

Nesse contexto, o presente trabalho surge no intuito de se verificar a possibilidade da implantação de mais uma Lan House na cidade de Itapaci-GO, visto que a maioria das pessoas não possui acesso direto a computadores, a não ser em estabelecimentos dessa espécie.

Além do mais, os empreendedores aqui descritos possuem experiência no ramo de computadores e pretendem investir no ramo de jogos.

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 Geral

Estudar e analisar a viabilidade da implantação de mais uma Lan House em Itapaci-GO.

### 2.2 Específicos

- Diagnosticar a receptibilidade da população itapacina para a implantação de mais uma Lan House na cidade;
- Analisar a frequência da utilização de Lan Houses na cidade de Itapaci;
- Identificar falhas e os anseios dos usuários no que diz respeito à insatisfação em relação aos serviços prestados pelas Lan Houses já existentes na cidade.

### 3 JUSTIFICATIVA

A criação de uma Lan House em Itapaci surgiu de uma idéia visando à oportunidade de mercado existente na cidade de Itapaci.

Pretende-se com o negócio, melhorar a renda e as condições de vida do empreendedor, sendo que este passará a ser seu próprio patrão e tomará conta de sua própria empresa.

Visto a grande evolução da tecnologia e a necessidade do uso do computador, torna-se quase que imprescindível o uso deste em nossas tarefas diárias, principalmente quando se trata de jovens e adolescentes que, além de fazerem trabalhos de escola, também utilizam essa ferramenta para diversão (jogos, internet, bate-papo, etc.).

Na intenção da utilização deste instrumento, pretende-se disponibilizar mais opções de escolhas para a população itapacina na hora de utilizar os serviços prestados por Lan Houses, oferecendo a estes mais um serviço diversificado

## 4 REFERENCIAL TEÓRICO

### 4.1 Empreendedor

Dentre os profissionais existentes no mercado, há sempre aqueles que mais se destacam. Isso ocorre porque tais pessoas revelam determinadas características que as diferenciam das outras. São características que se tornam visíveis e não podem ser deixadas de lado, pois são elas que garantem o sucesso desses profissionais. Dentre essas características, é possível citar: iniciativa, responsabilidade, autoconfiança, energia, controle, otimismo, persistência, dentre várias outras. As pessoas que possuem essas características e trabalham de forma a crescer tanto na vida pessoal quanto profissional, podem ser chamadas de empreendedores.

Para Chiavenato (2005, p. 3), o empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

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

O que se observa é que o empreendedor é uma pessoa que enxerga oportunidades onde a maioria só vê ameaças, tem a maleabilidade para contornar situações que parecem não ter saída, não se contenta com o que tem, sempre busca algo novo, quer crescer, buscar novos horizontes. Quando algo dá errado, esse profissional não fica se queixando e joga tudo pro alto, ele aproveita o que fez, usando a experiência que obteve com o erro e assim, caminha para o acerto. Nunca desiste (DORNELAS, 2007).

Dornelas (2007, p. 26) afirma que “a percepção e o aproveitamento de oportunidades são características do empreendedor de sucesso”.

Bernardi (2007, p. 9-10) destaca algumas características encontradas no perfil e na personalidade do empreendedor. São elas:

- senso de oportunidade;
- dominância;

- agressividade e energia para realizar;
- autoconfiança;
- otimismo;
- dinamismo;
- independência;
- persistência;
- flexibilidade e resistência a frustrações;
- criatividade;
- propensão a risco;
- liderança carismática;
- habilidade de equilibrar “sonho” e realização;
- habilidade de relacionamento.

## **4.2 Empreendedorismo**

A busca pela conquista pessoal, pela concretização de idéias ou um momento de reflexão são alguns motivos que levam uma pessoa a criar seu próprio negócio. Algumas pessoas já nascem com essa vontade e determinação, outras, desenvolvem essas competências e habilidades no decorrer da vida. Todo esse processo de transformação de idéias em oportunidades chama-se empreendedorismo (DORNELAS, 2005).

Para Dornelas (2005, p. 39), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades.

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de software) foram criadas. (DORNELAS, 2005, p. 26)



### 4.3 Empreendimento

Quando se fala em empreendimento, percebemos que isso já pressupõe investimento e risco.

Para Chiavenato (2005, p. 22), “Negócio é um esforço organizado por determinadas pessoas para produzir bens e serviços, a fim de vendê-los em um determinado mercado e alcançar recompensa financeira pelo esforço”.

E, de acordo com Dornelas (2005, p. 39), o “Empreendimento é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócio de sucesso”.

### 4.4 Plano de Negócio

Para Chiavenato (2005), uma análise detalhada daquilo que se pretende fazer ou do que se pretende criar, é a melhor maneira de reduzir custos e riscos. Todos nós somos limitados, ainda que tenhamos uma vasta experiência em determinada área, não é viável se dar ao luxo de começar algo sem uma prévia verificação das tendências do mercado, a atratividade do negócio pretendido e sua viabilidade, pois quando se trata de questões que envolvem investimentos e porque não dizer mercado e dinheiro, deve-se pensar muito mais. Para isso, a utilização de um Plano de Negócio é totalmente viável e porque não dizer imprescindível antes de se tomar qualquer decisão. Mas o que é um Plano de Negócios?

Segundo Dolabela (1999, p. 80), “o Plano de Negócio é uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou o que pretende ser uma empresa”.

O Plano de Negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. “Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios” (DORNELAS, 2005, p. 98).

Para Chiavenato (2005, p. 128), “Plano de Negócio é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento”; nele se define as principais características e condições para proporcionar uma análise da viabilidade do negócio, dos seus riscos, bem como, facilitar sua implantação.

#### 4.4.1 Plano de Negócio no Brasil

Pode-se dizer que, no Brasil, o Plano de Negócios é uma ferramenta utilizada a pouco tempo e que a maioria das empresas que a utilizam são de médio e grande porte. Isso ocorre porque muitos ainda não perceberam a eficiência e eficácia deste instrumento para o seu negócio. Vemos e ouvimos diariamente várias empresas que abriram suas portas a pouco tempo e já estão fechando. Tinham a esperança e até mesmo a certeza do sucesso, mas infelizmente não perceberam que o mercado é totalmente instável e imprevisível.

Esse Plano surge como instrumento primordial para as empresas, não só para as grandes. O Plano possibilita ao empreendedor fazer uma análise e um diagnóstico do ambiente em que a empresa atuará, sabendo de forma mais acurada as necessidades e anseios de seus futuros clientes, quem serão seus clientes, a previsão de lucro, o potencial dos concorrentes e assim por diante.

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

De acordo com Bernardi (2007, p. 3):

Existem várias razões para justificar o desenvolvimento de um Plano de Negócios profissional e competente, não somente ao iniciar um negócio, que é um imperativo, mas também como uma boa 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 modelo do negócio.

É sabido que todos nós nos sentimos bem com um bom salário e com um negócio que dê muito dinheiro, porém somente esses quesitos não preenchem nossas necessidades. É preciso algo mais que o dinheiro, algo que nos faça sentir bem em estar executando determinada atividade, que nos faça sentir motivado. É preciso gostar daquilo que se faz, caso contrário, as chances de fracasso do negócio será muito grande.

Segundo Degen (1989, p.48), cada um de nós se realiza e se satisfaz de forma diferente. Por isso, cada um tem de fazer sua escolha na procura de um negócio, pelo qual se sinta atração pessoal. Sem essa atração pessoal e entusiasmo, o empreendimento não terá sucesso.

O empreendimento em estudo será construído com a participação de dois sócios, o que facilitará a execução das atividades da empresas, pois sendo esta de pequeno porte não necessitarão de início ter gastos com funcionários. Todas as atividades serão executados por eles mesmos. Porém, deve-se tomar cuidado na escolha do sócio.

A escolha do sócio não é menos complicada do que a escolha de uma esposa, e deve ser conduzida com o mesmo cuidado. “Há quem diga que devemos ter mais cuidado na escolha de sócios porque uma escolha errada pode pôr a perder todo o empreendimento. É mais fácil começar e desfazer casamentos do que sociedades” (DEGEN, 1989, p. 130).

De acordo com Degen (1989, p. 21), apesar da impossibilidade de discutir criatividade, sua origem é de fácil explicação. “Ela é decorrente da observação, pelo empreendedor, de inúmeras empresas, da associação das idéias, sucessos e fracassos desses empreendedores”.

Antes de tomar uma decisão de abrir um negócio, é preciso primeiro conhecer e compreender o setor em que se pretende trabalhar, pois caso contrário, o que se chamaria de empreendimento, acabará se tornando um fracasso.

Compreender um setor significa saber como são estruturadas e como funcionam as empresas que atuam naquele ambiente, como os negócios se processam quem são os clientes, como se comportam e qual o seu potencial, pontos fortes e fracos da concorrência, fatores críticos de sucesso, vantagens competitivas, possíveis reações diante da entrada de novas empresas no mercado (DOLABELA, 1999, p. 79).

Não existiria a fabricação de produtos ou a prestação de serviços, se não existisse aquele que compra ou desfruta dos serviços prestados, ou seja, o cliente. Por isso, o que acontece é uma troca, onde ambos satisfazem suas necessidades.

Para Dolabela (1999, p. 147), “marketing é o processo de planejamento de uma organização que busca realizar trocas com o cliente, cada um com interesses específicos: o cliente quer satisfazer suas necessidades; uma empresa quer gerar receita”.

Mesmo sendo um negócio de pequeno porte e que parece não fazer tanta diferença se comparado aos grandes, não se pode analisar dessa forma. Isso porque, independente do tamanho ou área de abrangência do negócio, esse sofre influência direta ou indireta da concorrência, tendo em vista as grandes mudanças e evoluções das necessidades,

principalmente em se tratando da área tecnologia, onde a cada dia surge algo novo (programas, jogos, equipamentos, etc.).

O conceito de empresa tecnológica puramente local está desaparecendo. “Mesmo a empresa que atua somente no mercado regional sofre com a concorrência da empresa mundial, tendo que estar preparada para competir em qualquer mercado” (DOLABELA, 1999, p. 100).

Toda empresa, independente do porte, ao ter início deve ter mente que enfrentará desafios e, esses desafios muitas das vezes, se a empresa não estiver preparada, pode levá-la ao fracasso. Isso porque o mercado está sempre em constantes mudanças; as necessidades dos clientes mudam, e economia muda, concorrência muda. Isso requer do empreendedor uma total flexibilidade para se adaptar a esse mercado instável, caso contrário pode-se dizer que o empreendimento não terá muito tempo de vida. É claro também, que nenhuma empresa, pode esperar um lucro significativo logo no início de suas atividades, esse período é um pouco conturbado devido aos inúmeros gastos para colocar o negócio em funcionamento.

Porém, o que se deve ter em mente é que é preciso traçar objetivos e trabalhar para o alcance destes. É preciso saber onde se quer chegar, para que seja possível saber se o negócio está andando como planejado.

“Os objetivos são as definições daquilo que deve ser realizado pela empresa nas áreas principais, durante períodos específicos de tempo” (DOLABELA, 1999, p. 185).

Pode-se dizer que quando uma pessoa decide montar um negócio, muita coisa muda em sua vida. Isso porque a pessoa passa a trabalhar para si mesma, passa a ver e passar por situações que antes não acontecia, começa a perceber as dificuldades que quando empregado não percebia que seu patrão passava. Enfim, tem uma nova visão do negócio, levando em conta a maior responsabilidade assumida.

Segundo Dolabela (1999, p. 202), existe algumas mudanças na vida de uma pessoa que abre uma empresa. Dentre elas estão:

- O pequeno empreendedor tem de fazer de tudo. Mesmo coisas que detesta ou nunca fez.
- Deve-se submeter a horários prolongados e variáveis. Não tem mais controle sobre o seu tempo.

- O empreendedor tem mais autonomia para decidir a sua vida. Mas tem que saber lidar com ela.
- Assume mais responsabilidade, já que tudo depende dele. Não há terceiros a quem atribuir fracassos ou sucessos.
- Assume riscos financeiros, às vezes, envolvendo o patrimônio da família.

Principalmente nesse caso, estar sempre atento a novas tendências, se torna um fator de competitividade. Isso porque tudo está em constante evolução, o que requer uma grande atenção a aquilo que o cliente quer ou até mesmo poderá querer.

“É fundamental que a empresa acompanhe a tecnologia de ponta de seu campo de atuação. Com as rápidas mudanças tecnológicas, aquele que não acompanhar os avanços tecnológicos da concorrência estará em séria desvantagem” (BEEMER & SHOOK, 1998, p. 157)

Segundo Beemer & Shook (1998, p. 226), “ao enxergar o mercado pela ótica do cliente, o estrategista de longo prazo prevê seu próprio futuro. Seu foco no amanhã o torna capaz de prever as necessidades do cliente”.

Não basta apenas oferecer serviços de boa qualidade, um atendimento impecável ou uma estrutura confortável. É preciso mais que isso, ou seja, é necessário que se tenha uma forma de mensurar a satisfação do cliente, pois talvez pensamos que estamos oferecendo o melhor serviço e com todas as regalias possíveis e por isso o cliente está satisfeito. Isso pode ser verdade ou não.

De acordo com Whiteley (1992, p. 141), “é difícil acompanhar todos os dados indicando como uma organização está atendendo seus clientes”. Um índice pode, então, tornar-se uma excelente ferramenta no direcionamento das pessoas para as necessidades mais importantes do cliente.

Isso não vale somente para empresas de grande porte, empresas pequenas também precisam se preocupar se estão satisfazendo as reais necessidades de seus clientes.

## 5 SUMÁRIO EXECUTIVO

### 5.1 Descrição do Negócio

A Terabyte Informática surgiu da vontade dos empreendedores de montarem seu próprio negócio. Depois de uma pesquisa realizada junto ao público de Itapaci, percebemos que cerca de 90% não tem acesso direto a internet, portanto a demanda de busca pelos serviços se torna intensa. Além disso, na cidade de Itapaci existem apenas quatro concorrentes que prestam serviços do mesmo ramo; e, considerando que a cidade tem cerca de 20.000 habitantes, este mercado é bastante promissor, pois não está saturado e tem espaço para outras empresas.

A empresa prestará serviços de acesso à internet (sites, e-mail), jogos de rede (Wolfenstein, Warcraft, Hall Life, Counter Strike, Futebol, Star Wars e GTA), impressão de documentos (trabalhos, relatórios, documentos diversos), gravação de CD/DVD (arquivos, fotos, vídeos, músicas, trabalhos), atendendo a exigência do consumidor que está cada vez mais exigente.

O público a ser atingido serão as crianças e adolescentes (pelos jogos de rede oferecidos). Porém, o público adulto também será alcançado pela precisão das máquinas, ganhando tempo em pesquisas, impressão de documentos e gravações de CD/DVD, atendendo assim às necessidades do cliente.

A empresa será localizada na Av. Floresta, Centro da cidade de Itapaci; isso pela fácil localidade e por ser um ponto de comércio que abrange um número maior de pessoas.

Tomando base toda infra-estrutura, móveis, equipamentos de informática, instalações, softwares, ponto, impostos, legalização, divulgação, manutenção/conservação e material em estoque, estima-se um investimento de aproximadamente R\$ 27.559,93 (Vinte e sete mil quinhentos e cinquenta e nove reais e noventa e três centavos).

Como a demanda de busca pelos serviços é grande e a empresa funcionará de 8h da manhã às 22h, sendo que, aos domingos e feriados, o horário prosseguirá até zero hora.

Terá como diferencial a oferta de serviços de informática bem estruturada, com

preço acessível, em local de fácil acesso, procurando sempre que possível oferecer boas condições de pagamento, com descontos promocionais.

Estima-se uma locação de 2.520 horas/mês, sendo que a hora/locação é de R\$ 2,00; uma margem de 30 gravações de CDs e 25 de DVDs mensal, sendo que a gravação do CD é de R\$ 4,00; do DVD de R\$ 6,00. Estima-se 1000 impressões, sendo que o valor da folha impressa é de R\$ 1,00, totalizando, assim, um faturamento de R\$ 6.310,00 mensal.

Tendo como base o faturamento estimado, pagando-se os devidos custos fixos mensais e despesas (Pró-labore + encargos, material de expediente, honorários contábeis, depreciação, manutenção e conservação, seguros, água, energia elétrica, telefone/ internet, material de limpeza, aluguel, despesas com propaganda, contribuição sindical e despesas diversas) estima-se um faturamento de R\$1483,32

O tempo estimado de retorno do investimento da Lan House Terabyte será de 1,55 anos após o início das atividades da empresa. Os empreendedores terão recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastaram com a montagem do negócio, sendo que cada mês a empresa terá recuperado 5,38% (64,56 % ao ano) do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

## **5.2 Dados dos empreendedores, perfis e atribuições.**

A Terabyte Informática é formada por 02 (dois) sócios, sendo eles:

### **Sócio 1**

Silas Ribeiro Sá

Rua Carlos Almeida nº 25

Itapaci-Goiás

Fone (062) 9122-4950

Experiência Profissional: Possui o curso de processamento de dados e eletricitista; há um ano trabalha no Departamento de T. I da Vale Verde Empreendimento Agrícola Ltda.

Atribuição do sócio: Gestor

## **Sócio 2**

Alex Costa Ferreira

Rua Goiás nº 30

Itapaci-Goiás

Fone: (062) 9802-5892

Experiência Profissional: Possui o curso de processamento de dados e há 5 anos trabalha como coordenador de TI da Vale Verde Empreendimentos Agrícola Ltda.

Atribuição do sócio: Gestor

Após análise, verifica-se que todos os sócios possuem os mesmos objetivos e ambições. O valor da retirada pró-labore será de aproximadamente três salários mínimos para cada sócio, mas, inicialmente, o lucro será reinvestido na própria empresa até atingirmos uma estabilidade no mercado. Posteriormente, serão reinvestidos 50% do lucro e os demais 50% serão distribuídos em partes iguais.

Para haver um melhor desempenho nas tarefas dos sócios, fica definido que:

- Não será permitida a contratação de parentes na empresa;
- Todos os sócios terão o mesmo direito junto ao empreendimento;
- Nenhum sócio terá autonomia para tomar decisões isoladamente, a não ser em caso de urgência ou emergência;
- Em caso de morte as cotas serão pagas aos herdeiros;

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**

Razão Social: Terabyte informática Ltda

CNPJ: 17.839.817/0001-01

Nome Fantasia: Toca da Raposa



## 5.4 Setor de Atividades

A Terabyte atuará no setor de prestação de serviços, pois prestará serviços de acesso à Internet, Jogos de rede, gravação de CDs/DVDs e impressão de documentos.

## 5.5 Forma Jurídica

O regime jurídico do empreendimento “Terabyte Informática Ltda” será da forma sociedade empresária , onde duas pessoas uniram-se com capitais iguais para montarem uma prestadora de serviços junto à JUCEG – Junta Comercial do Estado de Goiás, sendo os sócios responsáveis por todos os atos da empresa.

## 5.6 Enquadramento Tributário

Regime Simples por ser uma empresa no ramo de prestação de serviços onde serão pagos alguns impostos, tais como: IRPJ, CSLL, COFINS, PIS / PASEP, ISS, INSS.

## 5.7 Capital Social

Nome do sócio	Valor (R\$)	Integralização (%)
Silas Ribeiro Sá	R\$13.779,97	50%
Alex Costa Ferreira	R\$13.779,97	50%
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL</b>	<b>R\$ 27.559,93</b>	<b>100%</b>

## 5.8 Missão

Prestar serviços com qualidade, competitividade e respeito ao meio ambiente, objetivando a satisfação de nossos clientes.

## **5.9 Visão**

Buscar Inovação com alto nível de profissionalismo, organização e desenvolvimento tecnológico, transmitindo a imagem da empresa ao mercado.

## **5.10 Metas**

### **Curto Prazo:**

- Solidificar-se no mercado.
- Construir planos estratégicos para conquistar clientes.
- Ganhar espaço no mercado investindo no atendimento, qualidade e preço dos serviços.

### **Médio Prazo**

- Investir em infra-estrutura e em novos produtos;
- Aprimorar os serviços oferecidos;
- Adquirir estabilidade financeira para a aquisição de novos produtos;
- Aumentar a quantidade de itens oferecidos ao público.

### **Longo Prazo**

- Conquistar novos clientes, garantindo a sua fidelização;
- Expandir o negócio, visando ampliar o oferecimento de computadores e acessórios.

## 6 PLANO DE MARKETING

Sabemos que o marketing é uma das ferramentas básicas para os empresários desenvolverem e ganharem o mercado a sua volta através da divulgação de seus produtos e serviços. Pensando nisso a Terabyte informática buscará sempre conquistar os clientes dando-lhes promoção e acima de tudo, um atendimento personalizado.

Um bom plano de marketing é ponto crítico e vital ao projeto, pois dele derivam todas as projeções subseqüentes, 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)

### 6.1 Descrição dos principais produtos

No empreendimento Terabyte Informática, serão executados serviços como: acesso à internet, jogos de rede, impressão de documentos e gravação de CDs/DVDs, tudo com qualidade e bom atendimento.

Figura 01



Figura 01

Adaptação: PORTAL de Caragua, 2008

Figura 02

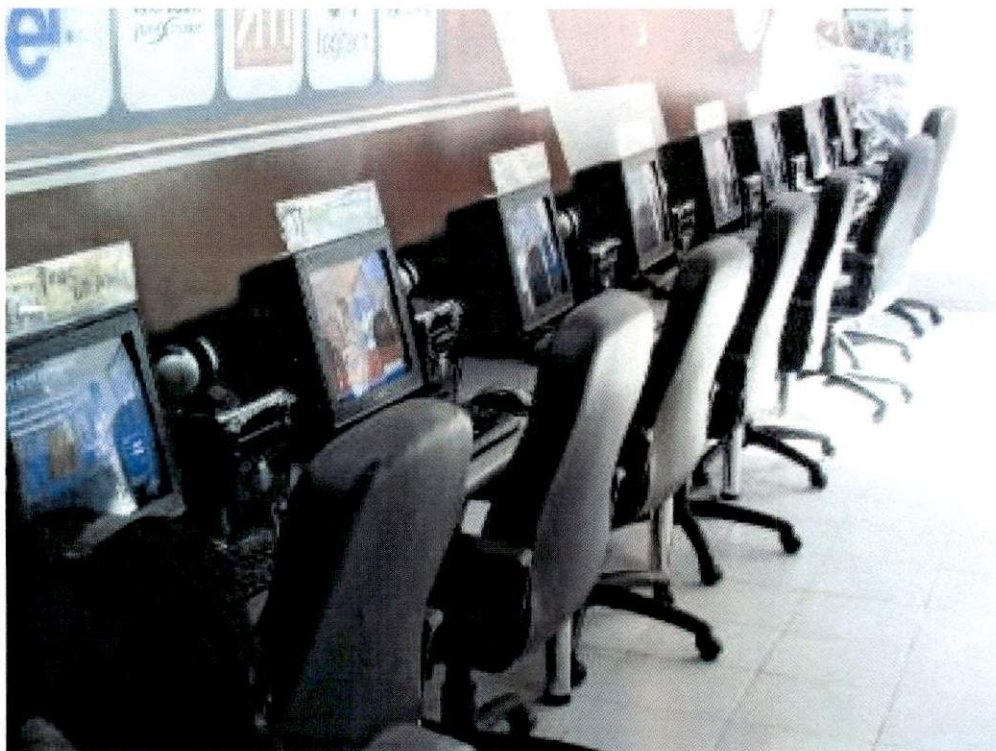


Figura 02

Adaptação: PORTAL de Caragua, 2008

## 6.2 Estudo dos clientes

Sabe-se que os clientes a cada dia estão mais exigentes, sendo assim, buscar inovação com agilidade sem perder a qualidade se torna algo primordial para uma empresa de sucesso.

A Terabyte informática, visando o mercado em si, pretende trabalhar com vários tipos de clientes da cidade de Itapaci, sendo que o público alvo a ser atingido será principalmente os adolescentes e jovens, atraídos pelos jogos de rede oferecidos que são os de última geração. Espera também cativar o público adulto, especialmente estudantes onde serão beneficiados pela qualidade na impressão de documentos, trabalhos e pela velocidade de acesso a internet.

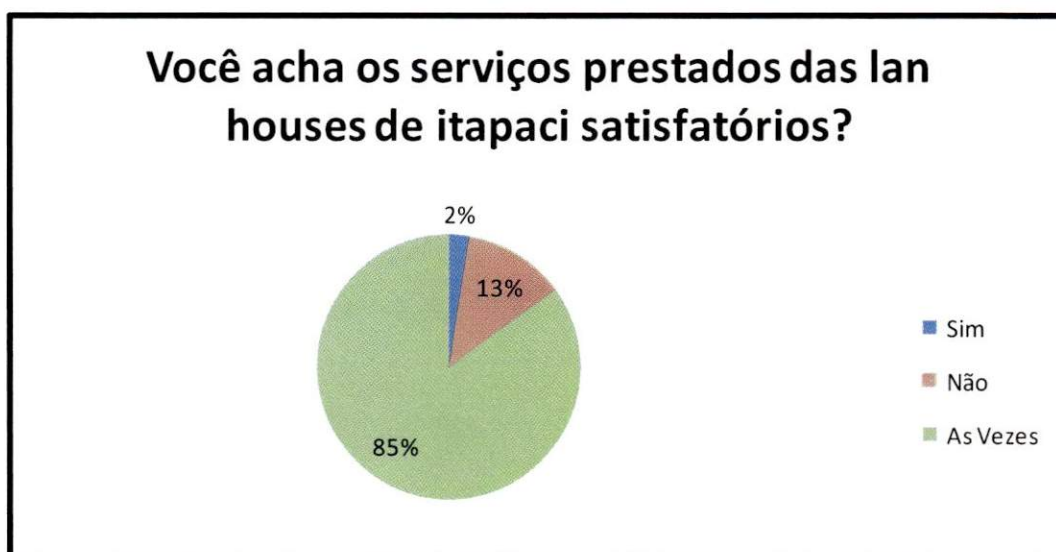
A seguir, temos os resultados obtidos na pesquisa sobre a possível implantação de uma nova Lan House em Itapaci-GO.

A técnica utilizada para a coleta de dados deste trabalho foi um questionário com perguntas de múltipla escolha. Através do questionário, obtemos informações sobre o assunto em pesquisa. Assim, foi possível analisar essas informações, obtendo conclusões que serviram para avaliar o futuro empreendimento

O questionário é a forma mais usada para a coleta de dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja (CERVO; BERVIAN, 1996, p. 138)

No questionário foram usadas perguntas de múltipla escolha que, para Marconi e Lakatos (2005, p. 208), são perguntas fechadas, mas que representam uma série de possíveis respostas, abrangendo várias facetas do mesmo assunto. As perguntas de múltiplas escolhas serviram para dar mais opções aos entrevistados e, a partir daí as informações puderam ser mais bem avaliadas.

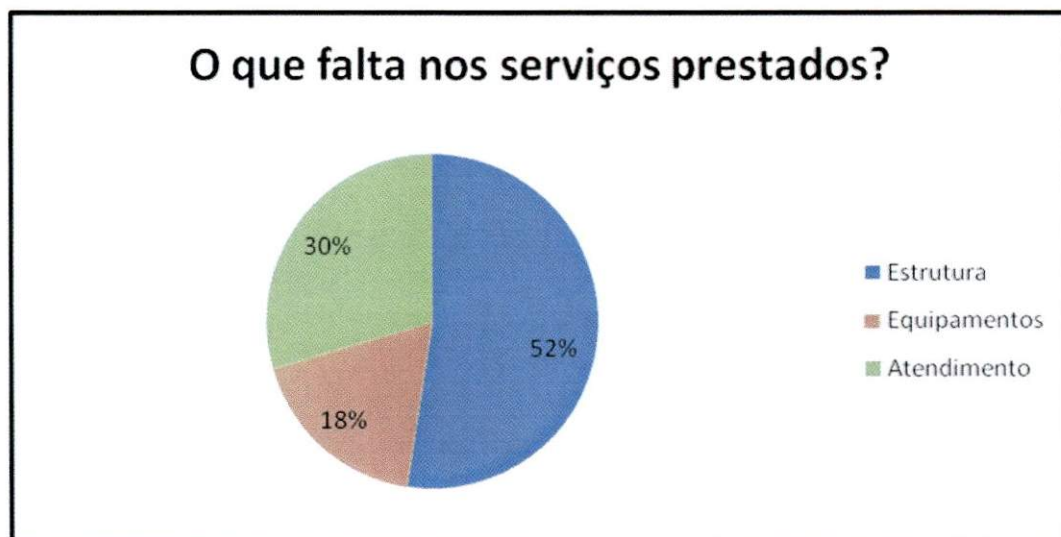
Figura 04



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Conforme pesquisa realizada junto ao público alvo, percebemos que os serviços prestados pelas Lan Houses, de forma geral, deixam a desejar, pois 85% dos entrevistados dizem que os serviços variam, isso levando em consideração atendimento e qualidade.

Figura 05

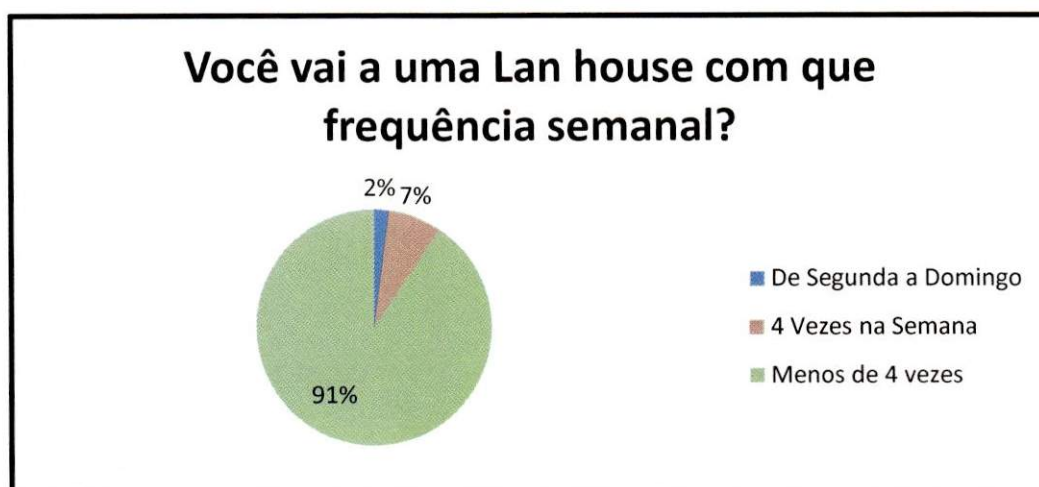


Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Pelos resultados, percebemos que as opções ficaram bem divididas, deixando claro que, principalmente, a estrutura (conforto) com margem de 52% não é boa; como já havia ficado claro na figura 01, com margem de 30%, o atendimento também não é bom.

Os equipamentos tiveram um percentual razoável, o que também pode ser melhorado.

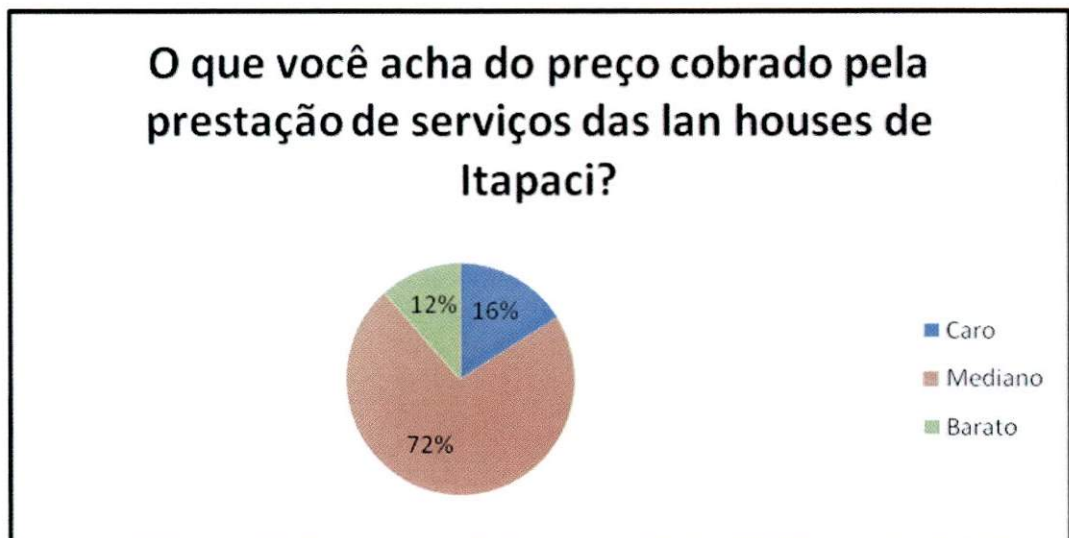
Figura 06



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

De acordo com os resultados, quanto à frequência dos futuros clientes, percebemos e que a maioria procura uma Lan House menos de 4 vezes ao dia, totalizando um índice de 91%; 7% quatro vezes ao dia e, 2%, todos os dias, o que nos dá uma boa frequência semanal.

Figura 07



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Quanto ao preço cobrado pelos serviços prestados, constatamos que o preço é acessível, porém não é tão satisfatório, totalizando um percentual de 72%; porém 16% acham o preço cobrado acima da média, em outras palavras, acham os serviços com preço “caro” e 12% acha que o serviços prestados são baratos.

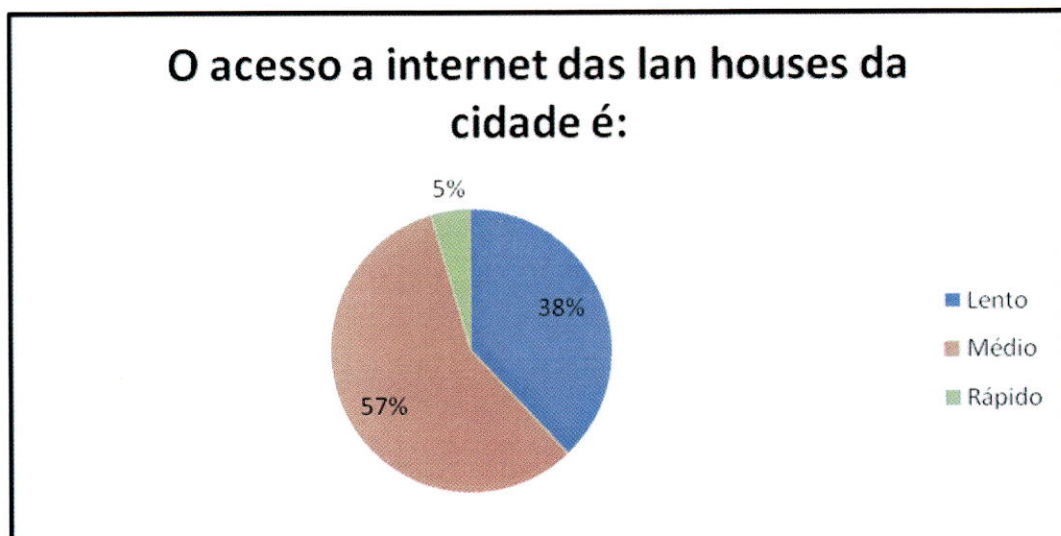
Figura 08



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Referente ao tempo médio que o público alvo fica na internet, percebemos que a maioria ficam cerca de 2h em seus acessos, totalizando 46%. 30% ficam mais de 2 horas em uma Lan House o que também é uma boa margem percentual; apenas 24% fica menos 1 hora.

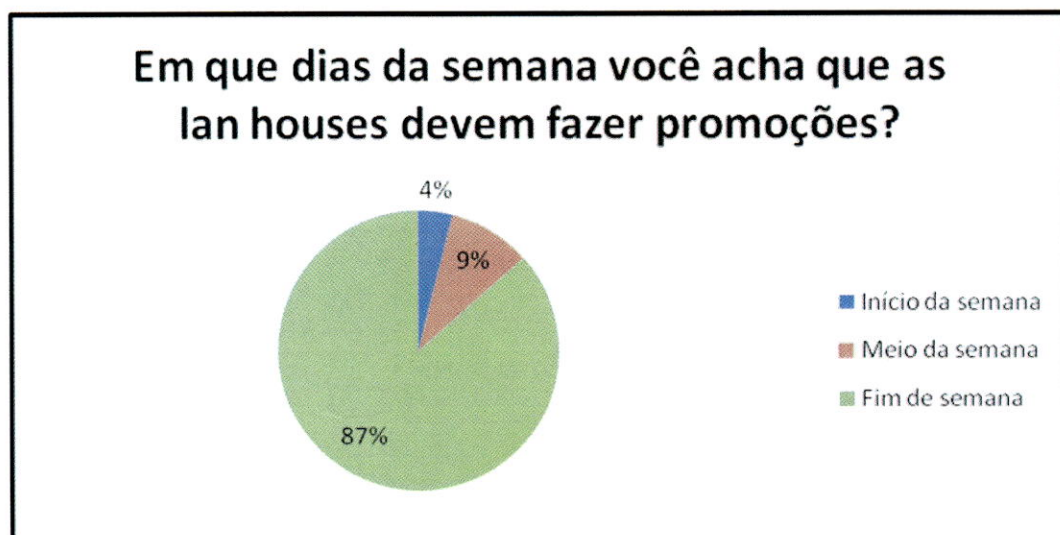
Figura 09



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Um dos principais e mais importantes itens de uma Lan House bem sucedida é sua velocidade de transmissão. Pelos resultados, o público alvo relata que o acesso das lan house da cidade são lentos, com margem de 57%. 38% acham o acesso médio e apenas 5% acham que o acesso é rápido. Observando esse item a Terabyte informática irá colocar internet com 2MB de velocidade, o dobro da velocidade das concorrentes.

Figura 10



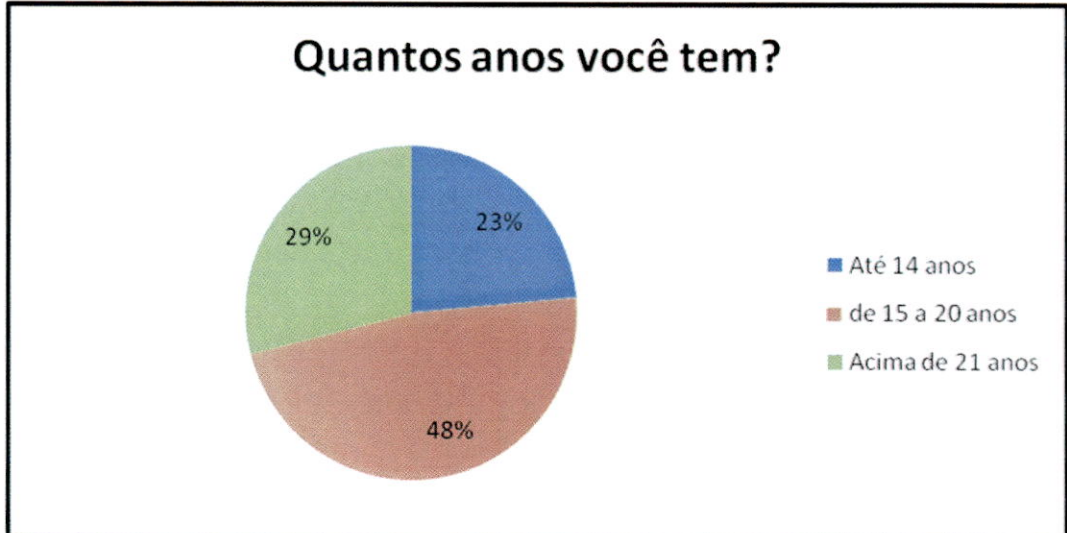
Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Quanto aos resultados sobre o dia em que as lan houses devem fazer promoções, ficou constatado que os melhores dias são nos finais de semana. Isso porque a maioria dos usuários busca descontração; alguns não têm aula; outros não trabalham. Ou seja, abrange a folga em



um aspecto geral. Pensando nisso, a Tarabyte informática irá fazer promoções em finais de semana, cativando ainda mais seus clientes.

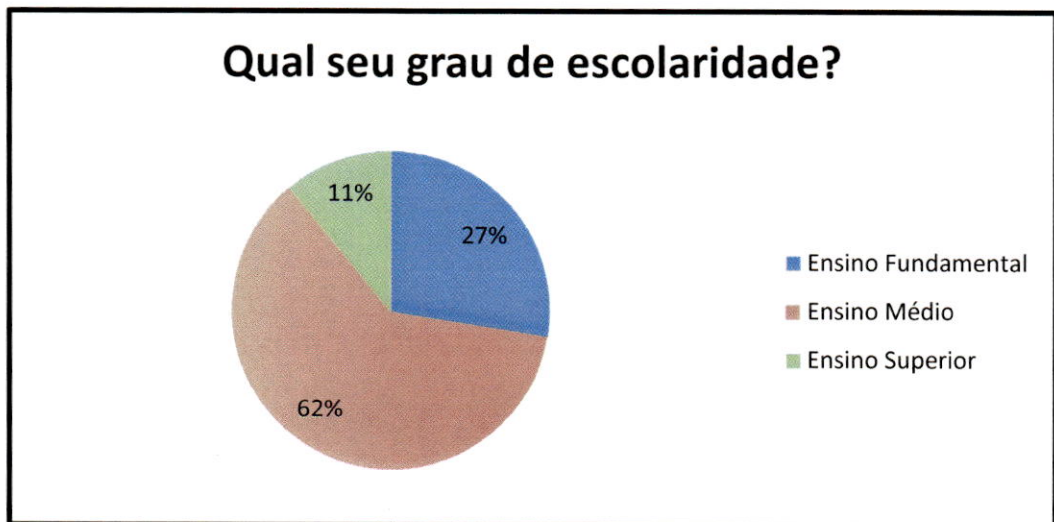
Figura 11



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Outro item importante é saber que público alvo a Terabyte irá mais atender. Pelos resultados, verificamos que a maioria está na faixa entre 15 e 20 anos, totalizando um percentual de 48%. Ou seja, são os adolescentes e jovens que serão beneficiados pela internet de alta velocidade de transmissão e pelos jogos que são os mais novos no mercado.

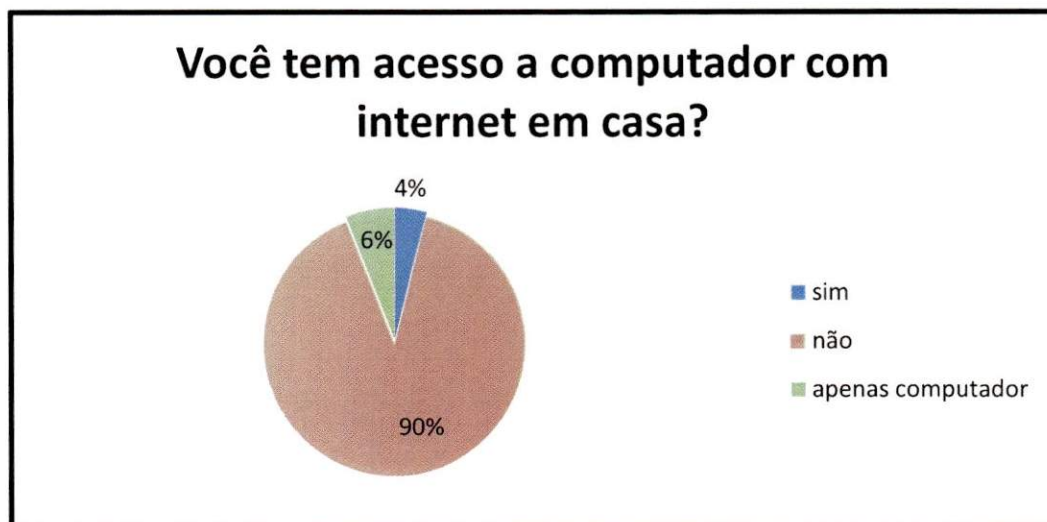
Figura 12



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

Como a maioria dos clientes da Terabyte informática são adolescentes e jovens, como afirma o resultado expresso na **Figura 11**, os principais clientes são do ensino médio, totalizando um percentual de 62%.

Figura 13



Fonte: Pesquisa de Mercado elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

A maioria do público da cidade de Itapaci-GO não tem acesso direto à internet e jogos em suas casas. Por isso buscam uma Lan House para pesquisarem trabalhos ou se descontraírem. Os resultados revelam que esse público totaliza um índice de 90% do universo. Pensando nisso, surgiu a idéia de montar mais uma lan house, pois a oportunidade é boa e a demanda de procura pelos serviços ainda não esta saturada.

### 6.3 Estudo dos concorrentes

Ter uma vantagem sobre os concorrentes é um grande desafio, principalmente quando a competição se torna acirrada na conquista dos clientes. Sendo assim, a Terabyte informática se destacará entre as demais pela velocidade da internet e pela oferta de serviços de informática bem estruturada. Além disso, terá preço acessível, qualidade, máquinas com desempenho adequado, sala sem ruídos e com ar condicionado, local de fácil acesso e de grande movimento, procurando, sempre que possível, oferecer boas condições de pagamento, com descontos promocionais de acordo com o pacote de serviços solicitados.

Nesse caso, a Terabyte usará uma estratégia inicial que pode ser chamada de estratégia genérica para competir nesse mercado onde a mesma atuará. Tal estratégia é chamada de estratégia de diferenciação, isso no que diz respeito à qualidade do serviço

prestado e à comodidade que será oferecida aos clientes como descritas á cima.

Degen (1989, p.119) diz que, “através da estratégia competitiva de diferenciação, o empreendedor procura destacar seu negócio em relação aos dos concorrentes, em um ou mais fatores de sucesso que são valorizados pelos clientes”.

A Terabyte funcionará de 8h da manhã às 22h. Aos domingos e feriados até às 0:00h, tendo esse ponto também como diferencial, pois as demais prestadoras não funcionam em domingos e feriados.

<b>ESTUDO DOS CONCORRENTES</b>					
	<b>Hora/ Funcionamento</b>	<b>Preço</b>			<b>localização</b>
		<b>Internet/ hora = velocidade transmissão</b>	<b>Impressão/ folha</b>	<b>Gravação/C D, DVD</b>	
<b>Terabyte Informática</b>	Segunda a sábado das 8h às 22 h Domingos e feriados ate às 0:00	R\$2,00 = 2MB	R\$1,00 colorida	R\$ 4,00 CD R\$ 6,50 DVD	Avenida Principal
<b>SM Informática</b>	Segunda a sábado das 8h às 22 h	R\$2,00 = 1MB	R\$1,00 preto e branco	R\$ 5,00 CD R\$8,00 DVD	Próximo a Avenida
<b>Gigabyte</b>	Segunda a sábado das 8h às 22 h	R\$2,00 = 800KB	Nenhuma	Nenhuma	Em frente a SM Informática
<b>Lan House Flash</b>	Segunda a sexta das 8h às 22 h Sábado das 8h às 20h	R\$2,00 = 1MB	Nenhuma	Nenhuma	Rua distante do Centro
<b>Cyber Café</b>	Segunda a Sexta das 8h às 22h Sábado das 8h às 20h	R\$ 2,00= 600 KB	R\$ 2,00 folha colorida	Nenhuma	Distante da Av. Principal

A Terabyte, apesar de ser uma empresa nova no mercado, é totalmente inovadora, pois apresenta os mais novos equipamentos e jogos do mercado; são equipamentos de alta tecnologia e com ampla velocidade de transmissão, facilitando a vida do cliente.

Como a cidade de Itapaci é uma cidade com cerca de 20.000 habitantes, este mercado é bastante promissor, pois não está saturado e tem espaço para outras empresas. E pelas vantagens descritas, a Terabyte pretende aumentar cada vez mais seus clientes.

<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
✓ Demanda necessitada dos serviços pelo fato de aproximadamente 90% das pessoas não terem acesso direto com a internet.	✓ Concorrência de outras prestadoras de serviços nas proximidades da Av Principal (ponto da Terabyte)
✓ Satisfação dos clientes com relação aos serviços prestados, ambiente físico confortável, limpo, fresco com máquinas e jogos de última geração.	✓ A dificuldade na mudança de prestadora de serviços, principalmente daqueles clientes que já criaram com o prestador, vínculo de confiança e fidelidade.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
✓ Alta Velocidade em transmissão de informações, documentos, arquivos e pesquisas da internet, impressão e gravações de qualidade	✓ Dificuldade inicial da empresa de obter clientes e conseguir fidelizá-los, por não ser conhecida. ✓ Capital inicial ser baixo p/ ser montar uma prestadora ainda mais equipada

#### 6.4 Estudo dos fornecedores

FORNECEDORES					
Descrição dos itens a serem adquiridos	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização (UF/Município)
Baias para computador(3x1)	Móveis São Vicente	R\$ 90,00	6x sem juros	03 dias úteis	Itapaci/GO
Cadeira	Móveis São Vicente	R\$120,00	6x sem juros	03 dias úteis	Itapaci/GO
Ar Condicionado	Móveis São Vicente	R\$ 900,00	6x sem juros	03 dias úteis	Itapaci/GO
Balcão p/ atendimento	Móveis São Vicente	R\$ 300,00	6x sem juros	03 dias úteis	Itapaci/GO
Computador Completo	Microshopping da Informática	R\$ 1400,00	12x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Impressora Multifuncional	Microshopping da Informática	R\$ 350,00	12x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Wolfenstein	Microshopping da Informática	29,90	6x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Warcraft	Microshopping da Informática	R\$ 29,90	6x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Hall Life	Microshopping da Informática	R\$ 35,30	6x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Counter Strike	Microshopping da Informática	R\$ 29,90	6x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Futebol	Microshopping da Informática	R\$ 29,90	6x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Star Wars	Microshopping da Informática	R\$ 29,90	6x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
GTA	Microshopping da Informática	R\$ 42,40	12x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Cyber Café	Microshopping da Informática	R\$ 500,00	12x sem juros	05 dias úteis	Itapaci/GO
Diversos(cabeamento, swich, canaleta,etc.	Fio & Luz	R\$ 500,00	4x sem juros	24 h	Itapaci/GO
Papel A4	Microshopping da Informática	R\$ 12,00	4x sem juros	24 h	Itapaci/GO
Cartucho	Microshopping da Informática	R\$ 55,00	4x sem juros	24 h	Itapaci/GO
CD	Microshopping da Informática	R\$ 0,80	4x sem juros	24 h	Itapaci/GO
DVD	Microshopping da Informática	R\$1,00	4x sem juros	24 h	Itapaci/GO

Conforme pesquisa de preço, qualidade, condições de pagamento e prazo de entrega, segue acima a relação de fornecedores selecionados, onde cada fornecedor estabeleceu o seu pacote, conforme descrição de condições de pagamento acima. A entrega de todos os itens de um mesmo fornecedor será em um mesmo dia, isso para evitar gastos desnecessários.

Oportunidades	Ameaças
Fornecedores em local de fácil acesso e com boas condições de pagamento	Mesmos Fornecedores de algumas prestadoras de serviços do mesmo ramo

### 6.5 Estratégias promocionais

Sabemos que a Promoção é toda ação que tem como objetivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de consumir os produtos ou contratar os serviços oferecidos e não os dos concorrentes. Diante da necessidade da divulgação do nome de nossa empresa, utilizaremos:

- propaganda na rádio;
- panfletos, que serão entregues em locais com grande fluxo de pessoas onde constará informações básicas como nome da nossa empresa, endereço, telefone, etc., e sobre os serviços oferecidos;
- participação em eventos;
- aut-dor na entrada e saída da cidade divulgando o nome e endereço da empresa;
- propaganda volante, pois esta é uma das práticas mais usadas de divulgação em nossa cidade; e não esquecendo das promoções nos feriados e finais de semana.

Com isso, a imagem da Terabyte será reconhecida por toda cidade de Itapaci, onde também serão destacadas as promoções em finais de semana, cativando ainda mais os clientes.

### 6.6 Estrutura de comercialização

No que diz respeito à comercialização de nossa futura empresa, torna-se necessário refletir e pesquisar sobre quais serão os meios mais adequados para se alcançar os nossos clientes. Nós faremos visitas às escolas e aos principais empresários expondo os serviços os quais oferecemos.

## **6.7 Política de melhoria**

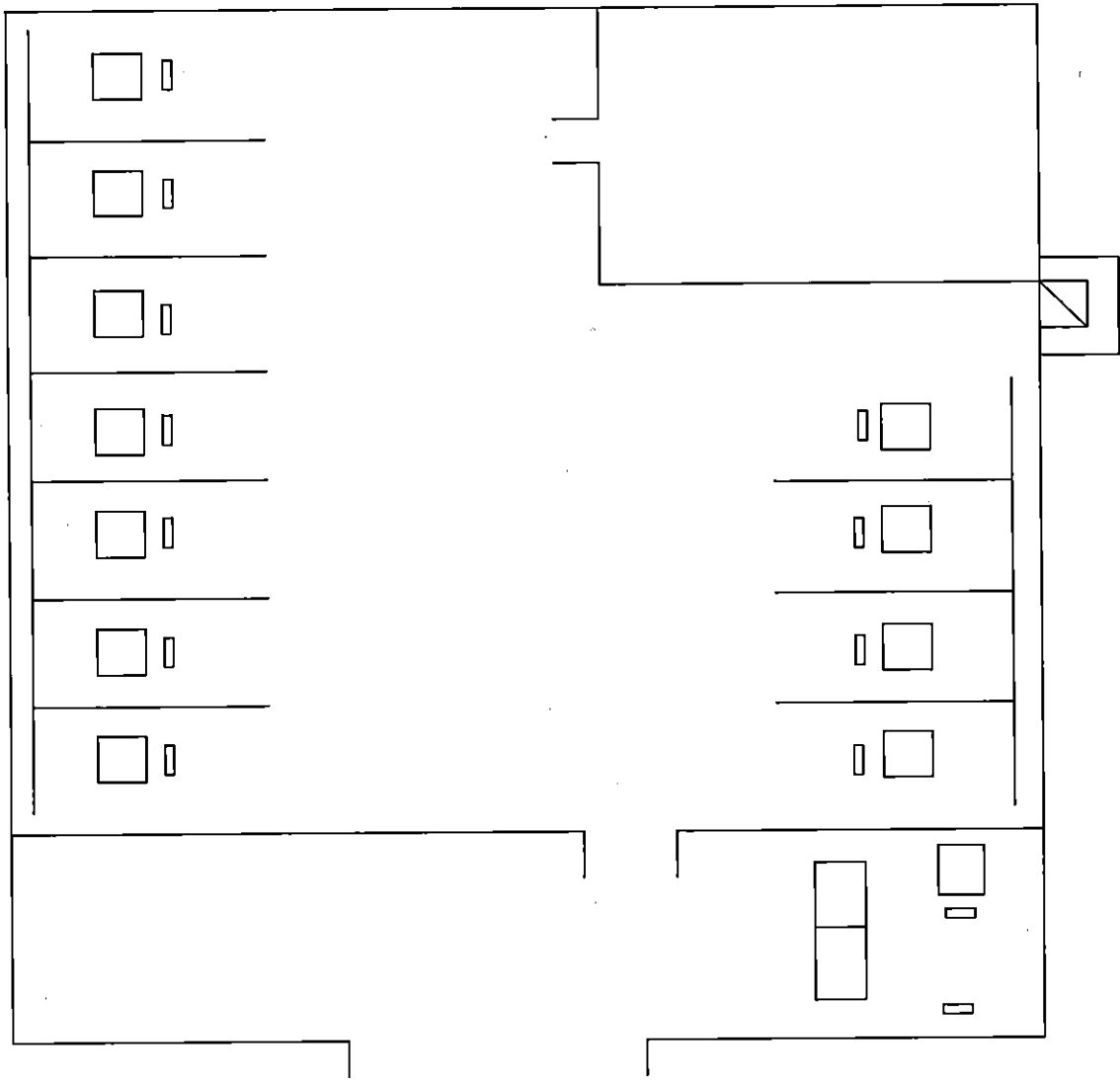
Conforme a Terabyte vai se aprimorando no mercado, como diz respeito a sua meta de inovação, a empresa irá se inovar cada vez mais com novos softwares e hardwares, sempre com qualidade e competitividade.

# **7 PLANO OPERACIONAL**

## **7.1 Localização do Negócio**

O empreendimento Terabyte Informática pretende e almeja atender os clientes de toda a cidade de Itapaci, onde visa prestar seus serviços corretamente e assim cativar, conquistar e fidelizar seus clientes. A empresa terá seu funcionamento num ponto estratégico e conhecido da cidade de Itapaci situada na Av. Floresta, centro da cidade, onde o fluxo de pessoas é intenso, isso por ser um local no centro da cidade, em meio à avenida principal e com a influência de vários pontos de comércio de outras atividades, tais como: Agropecuária, Indústria e Comércio, facilitando a demanda de clientes ao ponto e a busca de matéria-prima dos fornecedores, tendo como fator estratégico a distância dos possíveis concorrentes.

O ponto situa-se em local bem iluminado e seguro, onde a locação do mesmo será pago em forma mensal na forma de dinheiro ou cheque. No início as dependências da organização terão: um cômodo comercial alugado, com 13 (doze) computadores que será distribuído internamente, com pequeno escritório e banheiro.



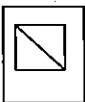
AV FLORESTA


CONVENÇÕES

 COMPUTADOR

 CADEIRA

 DIVISORIA

 AR CONDICIONADO

 MESA

TERABYTE INFORMATICA

PROP.: ALEX COSTA FERREIRA E SILAS RIBEIRO SÁ

U.F.: ITAPACI-GO

ESCALA:

1/50

DATA:

DEZEMBRO/2008

### 7.3 Capacidade Produtiva

A empresa Terabyte Informática Ltda disponibilizará (12) onze computadores para acesso à internet e jogos de rede e terá 01(um) computador para gerenciar o tempo de acesso dos clientes; o mesmo terá uma impressora instalada e gravadora de CD/DVD para atender a demanda de gravação e impressão de documentos, lembrando que os demais computadores também terão gravadora de CD/DVD

### 7.4 Processo de produção

#### FLUXOGRAMA DE FUNCIONAMENTO DA TERABYTE INFORMÁTICA LTDA

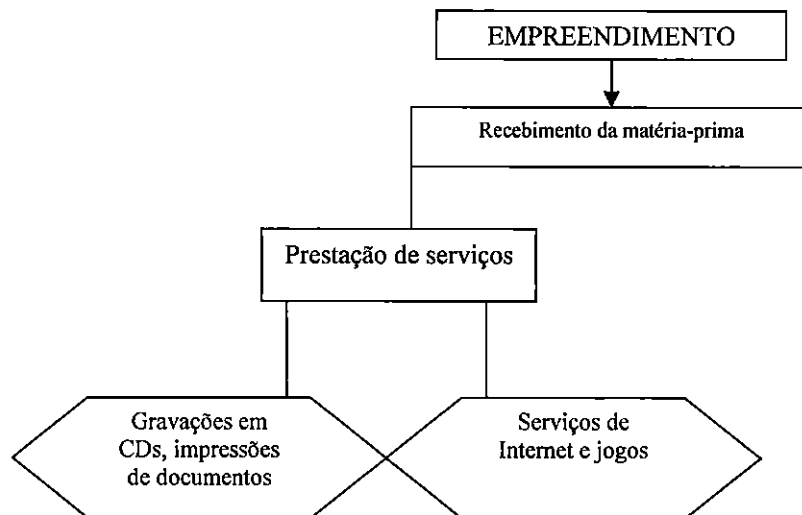


Figura 14: Fluxograma Funcionamento da Terabyte Informática Ltda.  
Fonte: Pesquisadores Alex e Silas (2008).

### 7.5 Necessidade de pessoal

A Terabyte Informática iniciará com dois sócios, sendo assim, cada sócio desempenhará todas as funções da organização em termos iguais (atendente e balconista)



## 8 PLANO FINANCEIRO

### 8.1 Estimativa do Investimento Total

- Investimentos Fixos;
- Investimentos Financeiros;
- Investimentos Pré-operacionais.

#### 8.1.1 Estimativa dos investimentos fixos

Discriminação	Unid.	Quant.	Valor Unit. RS	Valor Total RS
<b>Móveis e Utensílios</b>				<b>3.240,00</b>
Baias para computador (Conjunto 3x1)	Unid.	4	90,00	360,00
Cadeira	Unid.	14	120,00	1.680,00
Ar Condicionado	Unid.	1	900,00	900,00
Balcão p/ atendimento	Unid.	1	300,00	300,00
<b>Equipamentos de Informática</b>				<b>18.550,00</b>
Computador Completo	Unid.	13	1.400,00	18.200,00
Impressora Multifuncional	Unid.	1	350,00	350,00
<b>Gerenciadores, Jogos</b>				<b>727,20</b>
Wolfenstein	Unid	1	29,90	29,90
Warcraft	Unid	1	29,90	29,90
Hall Life	Unid	1	35,30	35,30
Couter Strike	Unid	1	29,90	29,90
Futebol	Unid	1	29,90	29,90
Star Wars	Unid	1	29,90	29,90
GTA	Unid.	1	42,40	42,40
Cyber Café	Unid.	1	500,00	500,00
<b>Instalações</b>				<b>500,00</b>
Diversos (cabearmento, switch, canaleta, etc)	Unid.	1	500,00	500,00
<b>Totais Investimentos Fixos</b>				<b>23.017,20</b>

Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.1.2 Estimativa dos investimentos financeiros

#### A – Estimativa do estoque inicial

Descrição	Unid.	Quant.	Valor Unit. R\$	Valor Total R\$
Papel A4	Resmas	3	12,00	36,00
Cartucho	Unid.	2	55,00	110,00
CD	Unid.	30	0,80	24,00
DVD	Unid.	25	1,00	25,00
<b>Total</b>				<b>195,00</b>

Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

#### B – Estimativa de capital de giro

Descrição	Valor Total R\$
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	4.347,73
<b>Total</b>	<b>4.347,73</b>

Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.1.3 Estimativa de investimentos financeiros (Resumo)

Descrição	Valor Total R\$
Estoque Inicial (Insumos p/ Prestação Serviço)	195,00
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	4.347,73
<b>Total dos Investimentos Financeiros</b>	<b>4.542,73</b>

Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.1.4 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

Discriminação	Valor Total R\$
Despesas de Legalização (Juceg, CMC e Inscr. Estadual)	389,39
Divulgação	250,00
<b>Total Despesas Pré-Operacionais</b>	<b>639,39</b>

Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.1.5 Estimativa do Investimento Total (resumo)

Descrição	Valor Total R\$
Estimativa de Investimentos Fixos (quadro 5.1.1)	23.017,20
Estimativa de Investimentos Financeiros (quadro 5.1.2)	4.542,73
Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais (quadro 5.1.3)	639,39
<b>Total</b>	<b>27.559,93</b>

Elaborado por: Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.2 Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

Discriminação dos Serviços	Unid.	Preço Unitário	Quant.	Valor ( R\$ )
			Média Mensal	Média Mensal
Locação p/ Internet, Jogos e Aplicativos	Hora	2,00	2520	R\$ 5040,00
Impressão	Folha	1,00	1.000	R\$ 1.000,00
Gravação de CD	Und	4,00	30	R\$ 120,00
Gravação de DVD	Und	6,00	25	R\$ 150,00
<b>TOTAL</b>				<b>RS 6.310,00</b>

Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.3 Estimativa dos custos com materiais e/ou insumos

Descrição	Unid.	Quant.	Valor Unit. R\$	Valor Total R\$
Papel A4	Resmas	3	12,00	36,00
Cartucho	Unid.	2	55,00	110,00
CD	Unid.	30	0,80	24,00
DVD	Unid.	25	1,00	25,00
<b>Total</b>				<b>195,00</b>

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

#### 8.4 Estimativa dos custos de comercialização<sup>1</sup>

Descrição	%	Faturamento Estimado (R\$)	Custo Total de Comercialização
ALÍQUOTA	4,5%	R\$ 6.310,00	R\$ 283,95
<b>Total</b>			<b>R\$ 283,95</b>

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

#### 8.5 Estimativa dos custos com mão-de-obra

Cargo	Atribuições	Qtd	Retirada Inicial (R\$)	Encargos (11% INSS) (R\$)	Total (Salário + Encargos)
Gestor (Sócios)	Gerir as operações da empresa, definir objetivos e metas, analisar fluxo de caixa, administrar o departamento de marketing e finanças e auxiliar nas atividades cotidianas que forem necessárias.	2	1000,00	110,00	2.220,00
<b>Total Pró-labore</b>			<b>2.000,00</b>	<b>220,00</b>	<b>2.200,00</b>

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

#### 8.6 Estimativa do custo com depreciação

Discriminação	Investimento Fixo	Depreciação	
	(R\$)	Vida Útil (anos)	Valor Mensal
Itens de Informática	18.550,00	3	515,28
Gerenciadores e Jogos	727,20	5	12,12
Móveis/Utensílios	3.240,00	10	27,00
Instalações	800,00	5	13,33
<b>TOTAL</b>	<b>23.317,20</b>	<b>---</b>	<b>567,73</b>

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/legislacao/LeisComplementares/asp>. Acesso em 02 dez. 2008.

### 8.7 Estimativa dos custos fixos mensais/despesas

<b>Discriminação</b>	<b>Média Mensal</b>
<b>1. Custos fixos</b>	<b>R\$ 3457,73</b>
Pró-labore + encargos (11% INSS)	R\$ 2200,00
Depreciação	R\$ 567,73
Energia elétrica	R\$ 450,00
Telefone / Internet	R\$ 200,00
Manutenção e Conservação	R\$ 40,00
<b>2. Despesas</b>	<b>R\$ 890,00</b>
Material de expediente	R\$ 50,00
Seguros	R\$ 20,00
Honorários contábeis	R\$ 145,00
Água	R\$ 15,00
Material de limpeza	R\$ 30,00
Aluguel	R\$ 300,00
Despesas com Propaganda	R\$ 200,00
Contribuição Sindical	R\$ 30,00
Despesas Diversas	R\$ 100,00

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.8 Demonstrativo de resultados

<b>Descrição</b>	<b>Valor ( R\$ )</b>	
	<b>Média Mensal</b>	<b>%</b>
Receita Operacional Bruta	6.310,00	100,00%
( - ) Impostos Sobre Vendas	283,95	4,50%
( - ) Custos Variáveis	195,00	3,09%
( = ) Margem de Contribuição	6.026,05	
( - ) Custos Fixos	4.347,73	68,90%
( = ) Resultado Líquido	1.483,32	23,51%

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

## 8.9 Indicadores de viabilidade

### 8.9.1 Ponto de equilíbrio

De acordo com o site do SEBRAE o ponto de equilíbrio é o valor que a empresa precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas e/ou dos serviços prestados, as despesas variáveis e as despesas fixas. No ponto de equilíbrio, a empresa não terá lucro nem prejuízo, portanto o ponto de equilíbrio representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período.

<b>8.9.1 - Ponto de equilíbrio ( Valor R\$ )</b>	<b>R\$ 4.705,33</b>
Receita operacional bruta ( RO )	6310,00
Custo fixo ( CF )	4.347,73
Custo variável ( CV )	195,00
Dedução de Vendas	283,95
Margem de Contribuição	5831,05
Índice Margem Contribuição	92,40%

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.9.2 Lucratividade

Segundo o Site do SEBRAE, lucratividade indica o percentual de ganho obtido sobre as vendas realizadas. A lucratividade esperada para micro e pequenas empresas é de 5% a 10% sobre as vendas.

A lucratividade é um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado diretamente à competitividade. Se a empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará uma maior capacidade de competir.

Conforme podemos verificar abaixo a Lan House Terabyte terá uma Receita Líquida de Vendas (Receita Bruta – Impostos) de R\$ 6.026,05 e deste valor “sobram” R\$ 1483,32 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 24,61 % ao mês.

<b>8.9.2 - Lucratividade ( % )</b>	<b>24,61%</b>
Receita líquida de vendas ( RLV )	6.026,05
Resultado líquido ( RL )	1.483,32

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.9.3 Rentabilidade

Conforme informação do SEBRAE a rentabilidade indica o percentual de remuneração do capital investido na empresa. A rentabilidade esperada para micro e pequenas empresas é de 2% a 4% ao mês sobre investimento.

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo.

Os sócios da Lan House Terabyte recuperarão a cada mês 5,38% (64,59% ao ano) do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

<b>8.9.3 - Rentabilidade ( % )</b>	<b>5,38%</b>
Resultado líquido ( RL )	1483,32
Investimento total ( I )	27.559,93

Fonte: Elaborado por Alex Costa Ferreira e Silas Ribeiro Sá, 2008.

### 8.9.4 Prazo de retorno do investimento

Chamado também de Payback, este é definido por Dolabela (1999, p. 240) como o tempo necessário para o futuro empreendedor recuperar o dinheiro gasto em um novo negócio.

Esta técnica de aplicação bastante generalizada consiste na determinação do tempo necessário para que o valor do investimento seja recuperado por meio do resultado líquido da empresa. Isso significa que, em 1,55 anos após o início das atividades da empresa, os empreendedores terão recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastaram com a montagem do negócio.

É importante que se faça uma criteriosa análise das reais possibilidades de retorno econômico do empreendimento, pois não adianta simplesmente ser líder de mercado se o retorno financeiro não compensar o esforço empreendido. (DORNELAS, 2005, p. 64)

<b>8.9.4 - Prazo de retorno do investimento ( anos )</b>	<b>1,55</b>
Investimento total ( I )	27.559,93
Resultado líquido ( RL )	1.483,32

## 8.9.5 Fluxo de Caixa

Discriminação	Projeção Anual					
	Ano B	Ano B1	Ano B2	Ano B3	Ano B4	Ano B5
	RS (27.559,93)					
1 - Investimento Total	RS 75.720,00	RS 79.506,00	RS 83.481,30	RS 87.655,37	RS 92.038,13	
2 - Receitas Totais	RS 57.919,80	RS 59.657,39	RS 61.447,12	RS 63.290,53	RS 65.189,25	
3 - Custos/Despesas Anuais Totais	RS 5.747,04	RS 5.919,45	RS 6.097,03	RS 6.279,95	RS 6.468,34	
3.1 - Custos Variáveis	RS 2.340,00	RS 2.410,20	RS 2.482,51	RS 2.556,98	RS 2.633,69	
1- custos com materiais e/ ou insumos	RS 3.407,04	RS 3.509,25	RS 3.614,53	RS 3.722,96	RS 3.834,65	
2- custos de comercialização	RS 41.492,76	RS 42.737,54	RS 44.019,67	RS 45.340,26	RS 46.700,47	
3.2 - Custos Fixos	RS 26.400,00	RS 27.192,00	RS 28.007,76	RS 28.847,99	RS 29.713,43	
1 - Pró-labore + encargos (11% INSS)	RS 6.812,76	RS 7.017,14	RS 7.227,66	RS 7.444,49	RS 7.667,82	
2-Depreciação	RS 5.400,00	RS 5.562,00	RS 5.728,86	RS 5.900,73	RS 6.077,75	
3-Energia elétrica	RS 2.400,00	RS 2.472,00	RS 2.546,16	RS 2.622,54	RS 2.701,22	
4-Telefone / Internet	RS 480,00	RS 494,40	RS 509,23	RS 524,51	RS 540,24	
5-Manutenção e Conservação	RS 10.680,00	RS 11.000,40	RS 11.330,41	RS 11.670,32	RS 12.020,43	
3.3 - Despesas	RS 600,00	RS 618,00	RS 636,54	RS 655,64	RS 675,31	
1 - Material de expediente	RS 240,00	RS 247,20	RS 254,62	RS 262,25	RS 270,12	
2 - Seguros	RS 1.740,00	RS 1.792,20	RS 1.845,97	RS 1.901,34	RS 1.958,39	
3 - Honorários contábeis	RS 180,00	RS 185,40	RS 190,96	RS 196,69	RS 202,59	
4 - Água	RS 360,00	RS 370,80	RS 381,92	RS 393,38	RS 405,18	
5 - Material de limpeza	RS 3.600,00	RS 3.708,00	RS 3.819,24	RS 3.933,82	RS 4.051,83	
6- Aluguel	RS 2.400,00	RS 2.472,00	RS 2.546,16	RS 2.622,54	RS 2.701,22	
7 - Despesas com Propaganda	RS 360,00	RS 370,80	RS 381,92	RS 393,38	RS 405,18	
8- Contribuição Sindical	RS 1.200,00	RS 1.236,00	RS 1.273,08	RS 1.311,27	RS 1.350,61	
9- Despesas Diversas	RS 1.640,09	RS 1.653,94	RS 1.683,93	RS 1.717,47	RS 1.752,92	
4- Juros S/ Fine, Pretendidos	RS 1.640,09	RS 1.653,94	RS 1.683,93	RS 1.717,47	RS 1.752,92	
4.1 Outros Recursos	RS 16.160,11	RS 18.494,67	RS 21.015,25	RS 23.680,91	RS 26.499,97	
5- Lucro Tributável (2 - 3)	RS 3.407,40	RS 4.746,51	RS 4.983,83	RS 5.233,03	RS 5.494,68	
5.1 - Tributação Simples (4,5%)						
6 - Disponibilidades (5 - 3.1) + 3.2	RS 19.565,47	RS 20.765,30	RS 23.259,08	RS 25.892,37	RS 28.673,11	
7 - Repos. Financ. Pretendidos	RS 5.511,99	RS 5.511,99	RS 5.511,99	RS 5.511,99	RS 5.511,99	
7.1 - Outros Recursos - FIXO	RS 5.511,99	RS 5.511,99	RS 5.511,99	RS 5.511,99	RS 5.511,99	
8 - Superávit/(Déficit) (6)	RS 14.053,49	RS 15.253,32	RS 17.747,09	RS 20.380,38	RS 23.161,13	
9 - Acumulado	RS (13.506,44)	RS 1.746,87	RS 19.493,96	RS 39.874,35	RS 63.035,47	
	RS (27.559,93)					



No fluxo de caixa da empresa a empresa acrescentará um percentual de 5% nos lucros anuais. Isso aumentará a capacidade produtiva da empresa, sendo que também haverá aumento nos custos, projetados em 3% na projeção dos custos.

### 8.9.6 Taxa mínima de atratividade do projeto (TMA)

A TMA tem o seu pagamento efetuado no mercado financeiro em investimentos correntes. Ela é utilizada para representar os fluxos de caixa em valores presentes.

6,25	ENTER
100	÷
1	+
12	n
1/x	yx
1	-
100	x

TMA                      6,25%              0,50648%

Investimento Inicial	1	2	3	4	5
-R\$ 27.559,93	R\$ 14.053,49	R\$ 15.253,32	R\$ 17.747,09	R\$ 20.380,38	R\$ 23.161,13

### 8.9.7 Taxa Interna de Retorno – TIR

A TIR é calculada quando o Valor Presente Líquido (VPL) é igual a zero. Obtém-se a fórmula do VPL, igualada a zero e procura-se o valor para K.

**TIR 52,03%**

	-R\$ 27.559,93	ENTER	CHS	G	PV
1	R\$ 14.053,49	G	PMT		
2	R\$ 15.253,32	G	PMT		
3	R\$ 17.747,09	G	PMT		
4	R\$ 20.380,38	G	PMT		
5	R\$ 23.161,13	G	PMT	F	FV
<b>Resposta:</b>		<b>52,03%</b>			

### 8.9.8 Valor Presente Líquido – VPL

Para medir o VPL, precisamos fazer uma estimativa do valor atual para os futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo projeto, e deduz-se o investimento feito inicialmente. Se o VPL for positivo, o projeto é viável; caso contrário, deveremos rejeitar o projeto (DORNELAS, 2007).

**VPL Líquido** R\$ 63.035,47

Investimento Inicial	1	2	3	4	5
-R\$ 27.559,93	R\$ 14.053,49	R\$ 15.253,32	R\$ 17.747,09	R\$20.380,38	R\$ 23.161,13

**VPL Descontado** R\$ 47.070,89

Investimento Inicial	1	2	3	4	5					
-R\$ 27.559,93	R\$ 14.053,49	R\$ 15.253,32	R\$ 17.747,09	R\$ 20.380,38	R\$ 23.161,13					
-R\$ 27.559,93	R\$ 13.226,82	R\$ 13.511,60	R\$ 14.795,88	R\$ 15.991,80	R\$ 17.104,72					
R\$ 14.053,49	ENTER	CHS	FV	12	n	0,50648	i	PV	=	13.226,82
R\$ 15.253,32	ENTER	CHS	FV	24	n	0,50648	i	PV	=	13.511,60
R\$ 17.747,09	ENTER	CHS	FV	36	n	0,50648	i	PV	=	14.795,88
R\$ 20.380,38	ENTER	CHS	FV	48	n	0,50648	i	PV	=	15.991,80
R\$ 23.161,13	ENTER	CHS	FV	60	n	0,50648	i	PV	=	17.104,72

## 9 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Considerando a pesquisa realizada junto ao público, percebemos que cerca de 90% dos entrevistados não tem acesso direto a internet, portanto precisam recorrer a locação deste tipo de serviço, aumentando assim a sua demanda. E se existe demanda, conseqüentemente, existe oportunidade para um novo negócio. É justamente esta oportunidade que a Lan House Terabyte irá aproveitar.

Baseando-nos resultados obtidos, verificamos que a idéia, que se caracteriza por ser algo livre, espontâneo, que não tem comprometimento com nada e em dar certo, acabou-se por revelar como uma oportunidade de negócio. Ou seja, uma idéia trabalhada, analisada, calculada e, se possível, testada, que tem chances de sucesso, pois envolve uma análise econômica de investimentos e retorno potencial.

A Terabyte Informática terá apenas quatro concorrentes que prestam serviços do mesmo ramo. Considerando o número de habitantes em Itapaci (cerca de 20.000 habitantes), o mercado se revela bastante promissor, pois não está saturado e tem espaço para outras empresas.

Como diferencial será oferecida uma rede de serviços de informática bem estruturada, com preço acessível, em local de fácil acesso, procurando sempre que possível oferecer boas condições de pagamento, com descontos promocionais, o novo empreendimento tem muitas chances de dar certo. A empresa funcionará de 8h da manhã às 22h horas, e aos domingos e feriados até às 0:00 horas.

## 10 RESULTADOS

Depois de feita a Análise Financeira podemos verificar que a empresa é viável também neste requisito, pelos motivos expostos abaixo:

- 1) Segundo o Site do SEBRAE a Lucratividade esperada para micro e pequenas empresas é de 5% a 10% sobre as vendas. A Lan House Terabyte terá uma Receita Líquida de Vendas (Receita Bruta – Impostos) de **R\$ 6.026,05** e deste valor “sobram” **R\$ 1.483,32** forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de **24,61%** ao mês.
- 2) Conforme informação do SEBRAE a Rentabilidade esperada para micro e pequenas empresas é de **2% a 4%** ao mês sobre investimento, os sócios da Lan House Terabyte recuperarão a cada mês **5,38%** (**64,56%** ao ano) do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.
- 3) O Prazo para Retorno do Investimento será de apenas **1,55 anos**. Isso significa que **1,55 anos** após o início das atividades da empresa, os empreendedores terão recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastaram com a montagem do negócio.

## 11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos, através deste trabalho, que não é tão simples criar um negócio hoje em dia, como muitas pessoas ainda pensam. É necessário muito mais que dinheiro para ter sucesso em um empreendimento.

Hoje em dia, o que está em jogo não é somente o capital (recursos financeiros), mas também a capacidade de enxergar oportunidades, de saber calcular os riscos, de se adaptar às constantes mudanças do mercado e o mais importante, na capacidade de trabalhar na intenção de agradar o cliente. Isso porque todos os produtos e serviços oferecidos são voltados a estes e, desse modo, deve se trabalhar pela satisfação do mesmo. Mesmo não sendo uma tarefa fácil, o mais viável seria antecipar esses produtos e serviços às necessidades dos clientes.

Este trabalho foi de grande valia para a nossa vida profissional que se inicia e, com certeza poderá também contribuir para outras pessoas que tenham a intenção de montar seu negócio. Através dos dados, informações e análises aqui contidas, percebemos que, apesar de parecer um tanto quanto complicado fazer um Plano de Negócio, é imprescindível a construção deste antes de iniciarmos um empreendimento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEEMER, C. Britt , SHOOK, Robert L.. **Marketing estratégico**: tudo que o mega e micro empresários devem saber para conquistar novos clientes. São Paulo: Futura, 1998.

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

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-WILL, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6.ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

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

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SEBRAE. Disponível em  
<<http://www.sebraesp.com.br/principal/melhorando%20seu%20neg%C3%B3cio/orienta%C3%A7%C3%B5es/finan%C3%A7as/analplanej/>> Acessado em 08 de Junho de 2008

WHITELEY, Richard C. **A Empresas totalmente voltada para o cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

*Célia Romano do Amaral Mariano*  
Biblioteconomista - FACER  
CRB/1- 1528