

Elaboração de um plano de negócio para identificar a possibilidade de implementação de um motel na serra gaúcha.

T. Toss¹, E. C. Stumpf², M. E. V. da Motta³; M. E. Camargo⁴, M. S. Mecca⁵,
Roberta Rodrigues Faoro⁶

¹ Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade de Caxias do Sul, 95070-560, Caxias do Sul-RS, Brasil

² Centro de Ciências de Ciências Econômicas, Contábeis e de Comércio Internacional, Professor(a) do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Caxias do Sul, 95070-560, Caxias do Sul-RS, Brasil

³ Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade de Caxias do Sul, 95070-560, Caxias do Sul-RS, Brasil

⁴ Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade de Caxias do Sul, 95070-560, Caxias do Sul-RS, Brasil

⁵ Centro de Ciências de Ciências Econômicas, Contábeis e de Comércio Internacional, Professor(a) do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Caxias do Sul, 95070-560, Caxias do Sul-RS, Brasil

⁶ Campus Universitário de Vacaria, Universidade de Caxias do Sul, 95200-000, Vacaria-RS, Brasil

martamotta@terra.com.br kamargo@terra.com.br

(Recebido em 14 de maio de 2010; aceito em 25 de novembro de 2010)

A mortalidade das empresas tem origem na falta de planejamento, sendo este um fator relevante ao insucesso empresarial. Isso se deve ao fato de os empreendedores não elaborarem cuidadosamente um plano de negócios que sirva de indicador para a identificação das principais oportunidades e ameaças. Ao planejar, o empreendedor adquire informações relevantes à análise correta da implantação e viabilidade empresarial. O presente artigo faz uma abordagem sobre a importância do planejamento e da criação de estratégias ligadas ao empreendedorismo para o sucesso da empresa, com base em um plano de negócio, suas etapas e estrutura. Posteriormente, apresenta-se um plano de negócio para o motel, com suas respectivas oportunidades e ameaças, e, ainda, uma análise econômica e financeira, com base em projeções feitas para a empresa, sendo possível apresentar se a implantação do motel proposto é viável ou não.

Palavras-chave: Mortalidade; planejamento; empreendedorismo; plano de negócio; motel.

Mortality companies stems from a lack of planning, factors that are relevant to business failure. This is due to the fact that entrepreneurs don't carefully prepare a business plan that serves as an indicator to identify the main opportunities and threats. When planning, the entrepreneur acquires information relevant to the correct analysis of deployment and business viability. This article tries to show the importance of planning and creating strategies related to entrepreneurship for business success, based on a business plan, your steps and structure. Subsequently, it presents a business plan for the motel, with their respective opportunities and threats, and also an economic and financial analysis, based on projections made for the company, it's possible to present the implementation of the motel is a feasible or not. Keywords: Mortality; planning, entrepreneurship, business plan, motel.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem a finalidade de identificar a possibilidade de implementação de um motel na serra gaúcha, permitindo, portanto, determinar a viabilidade econômico-financeira do mesmo. A fundamentação teórica do trabalho permitiu proporcionar maior relevância à pesquisa, tendo em vista o amplo desenvolvimento de temas abordados para a elaboração do presente trabalho, quais sejam: planejamento; estratégia empresarial; empreendedorismo; plano de negócio; fluxo de Caixa; VPL; TIR; Payback etc.

O presente artigo está baseado no desenvolvimento de um plano de negócio que busca descrever a análise econômica e financeira, com base em projeções de resultados esperados. A metodologia utilizada para a elaboração do trabalho foi pesquisa bibliográfica e posterior aplicação dos resultados obtidos através de projeções almejadas.

O desenvolvimento do plano de negócio visa demonstrar ao investidor (empreendedor) a viabilidade e rentabilidade da implementação de um novo motel.

Desta forma, o plano de negócio foi proposto tendo em vista sua eficácia comprovada em diversos trabalhos já apresentados e publicados, possuindo, portanto, aplicabilidade e estrutura formal demonstrada em manuais e na literatura acadêmica.

Destarte, a finalidade do trabalho é estudar a viabilidade de elaboração de um novo motel localizado na Rodovia Euclides Triches (Rota do Sol) com suporte na elaboração de um plano de negócio.

2. METODOLOGIA PROPOSTA

Utilizou-se a pesquisa exploratória devido à necessidade de se obter informações (através de aplicação de questionários) sobre a viabilidade de desenvolvimento de um motel na rota do sol [18, 19].

Foi utilizada também a pesquisa bibliográfica ou de fontes secundárias. Esta “trata-se de levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito” [7].

A pesquisa bibliográfica “constitui um acervo de informações sobre livros, artigos e demais trabalhos que existem sobre determinados assuntos, dentro de uma área do saber. Sistemáticamente feito, proporciona ao estudante rica informação para seus estudos” [16].

O critério escolhido para o desenvolvimento do trabalho foi a realização de levantamento junto aos demais motéis localizados na rota do sol, com a finalidade de identificar características que demonstrem a viabilidade do negócio.

Buscou-se realizar um levantamento dos principais motéis da região, bem como dos possíveis concorrentes visando identificar as características de cada um tendo em vista oferecer instalações e serviços diferenciados.

3. RESULTADOS OBTIDOS

3.1. Planejamento

O planejamento é um estudo antecipado do procedimento que será realizado e dos objetivos que se pretende atingir. Um empreendimento dificilmente deixará de atingir os resultados traçados se apresentar um planejamento favorável. Uma organização, independente do seu tamanho, deve ter como ponto de partida um bom planejamento.

Planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática e quais os objetivos que se pretende alcançar. Visa proporcionar condições racionais para que a empresa seja organizada e dirigida com base em certas hipóteses a respeito da realidade atual e futura [2].

As organizações precisam perceber a necessidade de planejar, visando a coordenar, integrar e abranger suas atividades. Entretanto, esse planejamento deve ser feito em conjunto com profissionais das diferentes áreas para que as decisões sejam as mais corretas possíveis.

No caso de um novo empreendimento, a relevância em planejar é assegurar o futuro, pois com certeza iremos nos deparar com implicações, fatos inevitáveis e indesejáveis que, ao planejar, serão controlados e resolvidos com maior facilidade. Entretanto, infelizmente, muitos empresários brasileiros ainda não se deram conta da importância dessa ferramenta. Nos últimos anos, a alta taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras, vêm atingindo o

percentual aproximado aos 70%, o que tem motivado discussões e análise nos vários âmbitos sociais, do acadêmico ao empresarial.

“O planejamento da direção reduz o impacto da mudança, minimiza o desperdício e a redundância e fixa os padrões para facilitar o controle. [10].

3.2 Empreendedorismo

A expressão empreendedorismo é de origem francesa “entrepreneur”, que significa pessoa que adquire riscos e começa algo que apresente novidade [5]. Segundo Dornelas (2005, p. 39) *apud* Joseph Schumpeter (1949) “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”.

O projeto do negócio é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, definindo suas principais características e condições, para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação [1].

O modelo adotado para empresas de modo geral está apresentado no Quadro 1 [3].

1. CAPA

2. SUMÁRIO

3. SUMÁRIO EXECUTIVO

- 3.1. Declaração da visão
- 3.2. Declaração da missão
- 3.3. Propósitos gerais e específicos do negócio, objetivos e metas
- 3.4. Estratégias de marketing
- 3.5. Processo de produção
- 3.6. Equipe gerencial
- 3.7. Investimentos e retornos financeiros

4. PRODUTOS E SERVIÇOS

- 4.1. Descrição dos produtos e serviços (características e benefícios)
- 4.2. Previsão de lançamento de novos produtos e serviços

5. ANÁLISE DE MERCADO

- 5.1. Análise do setor
- 5.2. Definição do nicho do mercado
- 5.3. Análise da concorrência
- 5.4. Diferenciais competitivos

6. PLANO DE MARKETING

- 6.1. Estratégias de marketing (preço, produto, praça, promoção)
- 6.2. Canais de vendas e distribuição
- 6.3. Projeção de vendas

7. PLANO OPERACIONAL

- 7.1. Análise das instalações
- 7.2. Equipamentos e máquinas necessárias
- 7.3. Funcionários e insumos necessários
- 7.4. Processo de produção
- 7.5. Terceirização

8. ESTRUTURA DA EMPRESA

- 8.1. Estrutura Organizacional
- 8.2. Assessoria externa (contábil, jurídica, etc.)
- 8.3. Equipe de gestão

9. PLANO FINANCEIRO

- 9.1. Balanço Patrimonial
- 9.2. Demonstrações do Resultado
- 9.3. Fluxo de Caixa

10. ANEXOS

Quadro 1 – Estrutura do Plano de Negócio

Fonte: Dornelas, 2005

O plano de negócio pode definir rumos atuais e futuros. Entre suas utilidades destacam-se: abranger aspectos internos e externos do empreendimento; é um guia a ser seguido para conduzir o futuro ou atual negócio; fornece informações sobre o mercado em geral; é um meio para avaliar o negócio, proporcionando maior segurança [2].

O autor ainda explica:

Todo novo empreendimento deve ser visualizado do ponto de vista de um plano de negócio completo e que contenha todos os elementos importantes para caracterizá-lo adequadamente. O plano deve conter a descrição do setor, a natureza jurídica do negócio, a estrutura organizacional da empresa, os relatórios financeiros simulados, um plano estratégico e um plano operacional. [2]

3.3. Plano de negócios

O novo negócio em estudo trata-se da implantação de um motel, na Rodovia Euclides Triches – Rota do Sol e, para tanto, será feita uma análise de sua viabilidade.

Motel é uma unidade hoteleira – geralmente situado fora das regiões urbanas – que oferece local privativo a clientes que desejam gozar de momentos românticos em ambientes confortáveis ou, até mesmo, para empresários ou vendedores que desejam descansar por algumas horas em um ambiente tranquilo [11].

A empresa, também, precisará contar com uma equipe gerencial, de primeira linha, que proporcione segurança ao investidor ou, até mesmo ao empreendedor, que necessita de uma pessoa para auxiliá-lo, neste momento importante e diferente de sua vida. A equipe gerencial da empresa será composta pelo próprio investidor e sua família.

Os investimentos financeiros é um dos aspectos mais importantes na constituição de um empreendimento. É a definição do capital mínimo necessário para dar início ao negócio. Serão apresentados, a seguir, os investimentos previsíveis sobre a obra, projeções de máquinas e equipamentos, veículo e terreno de localização.

Considera-se uma área de 750m² (quartos, recepção e escritório), entretanto, para garagens, espaço de circulação, engenharia, arquitetura e demais necessidades para formalização e devida finalização da obra, será considerado 1,3 vezes o valor do CUB – Custo Unitário Básico – sobre a área dos 750m².

O valor do CUB do mês de setembro de 2008 é de R\$ 1.048,99. Dessa forma, o valor da obra será de R\$ 1.022.765,20 mais, o valor do terreno avaliado em R\$ 500.000,00, mais a projeção de máquinas e equipamentos no valor R\$ 174.185,00, mais a compra de um veículo no valor de R\$ 25.000,00, totalizando um investimento inicial de R\$ 1.721.950,20 [21].

Quanto aos serviços, a empresa disponibilizará aos seus clientes o serviço de aluguel de quartos, alimentação, transporte e decoração para datas especiais.

Como a sociedade apresenta diferentes classes sociais, gostos e costumes. O empreendimento contará com três categorias, mas todas com qualidade igualável - desde o mais simples, com valor menor, até o mais sofisticado com preço superior, mas convidativo, pelo que é disponibilizado. E, ainda, será disponibilizado aos clientes alimentação, que varia deste a um aperitivo até um almoço ou jantar mais sofisticado. O novo empreendimento contará com um profissional para preparação das iguarias, mas também serão oferecidas opções de almoço e jantar por intermédio de fornecedores.

3.3.1 Análise de mercado

O futuro empreendedor deve mostrar que possui conhecimento amplo sobre seu consumidor, seu produto ou serviço, seus concorrentes [3]. Por isso, com base no Sindicato de hotéis, restaurantes, bares e similares (HRBS), a região da uva e do vinho (Bento Gonçalves, Carlos Barbosa, Caxias do Sul, Farroupilha, Nova Prata, São Marcos e Vila Flores) apresentam 29 motéis, porém devido à falta de padronização, alguns não apresentam risco algum ao empreendimento [21, 22].

O público que se pretende atingir tem bom gosto e preocupa-se com o seu bem-estar, ou seja, pessoas de classe média e/ou alta, que procuram esse serviço para desfrutar de boas acomodações para momentos íntimos. Sendo o objetivo, conquistar casais de namorados que não possuem uma vida sexual aberta familiarmente, ou seja, que não tem a aprovação de seus pais para namorarem em casa; casais apaixonados que fogem das rotinas diárias, procurando inovações e surpresas; e “parceiros de aventura”, pessoas casadas ou com compromisso que procuram o “diferente”, fora de seu relacionamento formal em um local discreto e confortável para o encontro. Inclusive turistas e viajantes, que procuram este serviço para se hospedar por alguns dias ou algumas horas, por esse tipo de estabelecimento (motel), apresentar um ambiente mais confortável do um hotel da mesma categoria.

A localização do empreendimento será outro diferencial. O local escolhido foi a Rota do Sol, local que não apresenta nenhum estabelecimento hoteleiro, sendo uma oportunidade de negócio.

Ainda com base no Sindicato de hotéis, restaurantes, bares e similares (SHRBS), Caxias do Sul – cidade em que estará localizada a empresa – possui os estabelecimentos, apresentados no Quadro 2.

Estabelecimento	Endereço
Motel Florença	Jacinto Madalosso, 116. Bairro Pio X - Caxias do Sul
Motel Rota do Sol	Arziro Galafassi, 200. Bairro Desvio Rizzo - Caxias do Sul
Motel Chaparral	BR-116, Km 144, 12982. Bairro São Ciro - Caxias do Sul
City Motel	BR-116, Km 157, s/n. Bairro Galópolis - Caxias do Sul
Motel Astral	Barão do Amazonas, 3047. Bairro Diamantino - Caxias do Sul
Netuno Motel e Drive in	Des. Jose B. De Medeiros Jr., 1316. Bairro de Lazzer - Caxias do Sul
Motel La'mour	Valdemir Raimundi, 360. Bairro Esplanada - Caxias do Sul
Outravez Hot Motel	Barão do Amazonas, 3047. Bairro Diamantino - Caxias do Sul
Motel Le Bond	Estrada São Virgílio, 1370. Bairro 6ª Léguas - Caxias do Sul
Motel Samurai	Travessão Santa Teresa, s/n - Lotes 33-34. Bairro Santa Corona - Caxias do Sul
Natura Serra Motel	RS 122, Km 68, 8041. Bairro Forqueta - Caxias do Sul
Motel Giro D'agua	RS 122, Km 06, S/N. Bairro Vila Hípica - Caxias do Sul
Pharras Motel	PE. Alberto Luiz Lamonatto, 27. Bairro N. Sra. Saúde - Caxias do Sul
Motel a Muralha	BR-116, Km 156, 27. Bairro Galopolis - Caxias do Sul
Cisne Motel	Cristiano Ramos de Oliveira, 1000. Bairro Desvio Rizzo - Caxias do Sul

Quadro 2 – Motéis de Caxias do Sul

Fonte: Elaborado pelos autores

Estabelecimento	Pontos fortes	Pontos fracos
Motel Astral	Preço popular	Higiene, localização, desorganização, não possui adaptação para deficientes.
Netuno Motel e Drive in	Drive in, preço popular	Conforto e diferenciais das instalações e localização.
Natura Serra Motel	Suítes com alto padrão de qualidade e ótima estrutura física	Altíssimos preços, não disponibilizam busca e retorno, aspecto promocional.
Motel Giro D'agua	Referência no ramo, boa Localização	Preço alto, não disponibiliza busca e retorno e fila de entrada nos finais de semana.
Pharras Motel	Drive in, preço popular e Localização	Garagens pequenas e instalações sem realce de atração.
Motel Aquarius Drive in	Infraestrutura, preço ligado a Qualidade	Pedágio, e fila para entrada.

Quadro 3 – As principais concorrências

Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os 15 estabelecimentos, há inúmeras diferenças na prestação de serviço, bem como na qualidade e estrutura do estabelecimento, já que muitos não se preocuparam em qualificar os seus serviços e as instalações oferecidas aos clientes, desta forma, conforme Quadro 3, encontram-se os concorrentes.

Quanto às estratégias de marketing (preço, produto, praça, promoção) uma entidade empresarial deve estabelecer um preço de acordo com a posição de seu produto ou serviço em termos de mercado. Os preços variam de acordo com o nível de serviço que a empresa oferece [6].

Quanto às estratégias de marketing (preço, produto, praça, promoção). Os preços serão diferenciados, de acordo com o nível de serviço que a empresa se propõe a oferecer.

Em relação ao marketing de promoção, serão oferecidas aos freqüentadores de domingo a quinta preços especiais nas pernoites, exceto em dias de comemorações especiais; desconto de 20% aos aniversariantes, durante o horário, exceto pernoites; cupons promocionais; vale brindes.

A divulgação dos serviços será via jornal, rádio e televisão, uma semana antes da inauguração, um dia antes e no dia respectivo da inauguração do negócio, totalizando um investimento de R\$ 25.000,00. Após esse período, está previsto o desenvolvimento de um site especializado do estabelecimento, e alocar recursos no valor de 3% sobre o faturamento para divulgação dos serviços e da empresa, após o segundo semestre de lançamento.

Suítes	Período	Valor
Nível Premium	1 hora	R\$ 50,00
	2 horas	R\$ 75,00
	3 horas	R\$ 90,00
	hora adicional (após as 3 horas)	R\$ 20,00
	Pernoite c/ café da manhã (domingo a quinta)*	R\$ 120,00
	Pernoite c/ café da manhã (sexta e sábado)*	R\$ 170,00
Nível Alto	1 hora	R\$ 40,00
	2 horas	R\$ 60,00
	3 horas	R\$ 75,00
	hora adicional (após as 3 horas)	R\$ 15,00
	Pernoite c/ café da manhã (domingo a quinta)*	R\$ 100,00
	Pernoite c/ café da manhã (sexta e sábado)*	R\$ 130,00
Nível Luxo	1 hora	R\$ 25,00
	2 horas	R\$ 40,00
	3 horas	R\$ 50,00
	hora adicional (após as 3 horas)	R\$ 10,00
	Pernoite c/ café da manhã (domingo a quinta)*	R\$ 60,00
	Pernoite c/ café da manhã (sexta e sábado)*	R\$ 85,00

* Exceto feriados ou datas especiais.

Quadro 4 – Tabela de valores

Fonte: Elaborado pelos autores

FATURAMENTO/RECEBIMENTO TOTAL MENSAL ESTIMADO	
Aluguel de quartos	R\$ 29.060,00
Comes e bebes	R\$ 2.906,00
Busca ou retorno	R\$ 2.250,00
FATURAMENTO TOTAL MENSAL ESTIMADO	R\$ 34.216,00
Recebimento à vista	R\$ 23.951,20
Recebimento em 30 dias	R\$ 10.264,80

Quadro 5 – Faturamento e recebimento por serviço prestado, no primeiro semestre de 2009

Fonte: Elaborado pelos autores

À venda e distribuição dos serviços acontecerá diretamente ao consumidor que procurará pelo mesmo e por meio de divulgação. Estima-se que os freqüentadores gastarão 10% do valor do aluguel do quarto em consumo de lanches e refeições. Na totalidade de clientes, 30% usufruirão de busca ou retorno do estabelecimento, com valor médio a ser considerado de R\$ 15,00 cada busca ou retorno. A forma de pagamento será em dinheiro, cheque ou cartão de crédito. Proporcionando três alternativas para o cliente poder optar pela qual, mais o agrada. Sendo previsto, que a empresa pretende receber pelo serviço 70% à vista e 30% em 30 dias.

FATURAMENTO/RECEBIMENTO TOTAL MENSAL ESTIMADO	
Aluguel de quartos	R\$ 55.760,00
Comes e bebes	R\$ 5.576,00
Busca ou retorno	R\$ 4.050,00
FATURAMENTO TOTAL MENSAL ESTIMADO	R\$ 65.386,00
Recebimento à vista	R\$ 45.770,20
Recebimento em 30 dias	R\$ 19.615,80

Quadro 6 – Faturamento e recebimento por serviço prestado, no segundo semestre de 2009

Fonte: Elaborado pelos autores

3.3.2 Plano operacional

No plano operacional será descrito o fluxo operacional, cadeia de suprimentos, controle de qualidade, serviços associados, capacidade produtiva, logística e sistema de gestão [3].

Quanto às instalações, a proposta inicial é a implementação do motel composto por 15 suítes, uma recepção/ escritório, e garagem para os veículos de busca de clientes.

Em primeiro momento, as suítes apresentarão três padrões, sendo classificados como: nível *premium*, cinco unidades, (com área de 60m², calefação ambiente, banheiro com hidromassagem, decoração e iluminação ao nível, cadeira erótica, mini palco para *pole dance*, duas televisões de plasma -uma de 32' e outra de 42'), nível alto, cinco unidades, (área de 49m², calefação ambiente, banheiro com hidromassagem, decoração e iluminação ao nível, mini palco para *pole dance*, duas televisões de 29') e nível luxo, cinco unidades (área de 36m², banheiro e decoração ao nível).

Todas as instalações contêm saída de emergência, luz de emergência, ar condicionado, sistema de água central, com energia solar e através de caldeiras. Na decoração dos ambientes serão utilizadas cores e tonalidades diversificadas para cada nível e suíte, sendo acompanhados por cortinas, espelhos, pisos e assoalhos que juntos darão ao ambiente um ar de tranquilidade, modernidade e inspirações aos clientes.

Para complementar e valorizar a decoração, serão utilizados recursos de iluminação cênica específica para cada ambiente, e utilização de gesso para aperfeiçoar e requintar o ambiente, as acomodações serão equipadas com tratamento acústico que deve proporcionar e estimular os sentidos dos freqüentadores.

Assim, os sons serão explorados através de música ambiente, escolhida pelas pessoas em aparelhos de CD MP³. Os equipamentos e/ou máquinas indispensáveis para o início das suas atividades estão descritos no Quadro 7.

Para a implantação do negócio será necessário inicialmente a seguinte equipe de trabalho: três recepcionistas (R\$ 700,00 de salário, totalizando R\$ 2.100,00); três camareiras (R\$ 600,00, total de R\$ 1.800,00); três faxineiras (R\$ 600,00, total de R\$ 1.800,00); duas cozinheiras (R\$ 700,00; total de R\$ 1.400,00); dois motoristas (R\$ 600,00, total de R\$ 1.200,00), totalizando R\$ 8.300,00.

Além disso, deve-se ainda considerar o valor dos encargos sociais, férias e décimo terceiro salário, para facilitar será utilizado o percentual de 80% sobre o valor total dos salários. E, por se tratar de uma empresa familiar, projeta-se o pagamento de dois pró-labore com valor de R\$ 2.000,00 cada, totalizando R\$ 4.000,00 mais o valor do INSS de R\$ 800,00.

O valor estimado de insumos necessários para a operação do estabelecimento, no primeiro semestre de 2009, foi de R\$ 4.400,00; e no segundo semestre de R\$ 7.900,00.

Equipamentos	Quantidade	Valor unitário	Subtotal
Ar condicionado	16	R\$ 800,00	R\$ 12.800,00
Rádio CD MP3	15	R\$ 250,00	R\$ 3.750,00
Televisão 29'	15	R\$ 600,00	R\$ 9.000,00
Televisão LCD 32'	5	R\$ 1.800,00	R\$ 9.000,00
Televisão LCD 42'	5	R\$ 2.200,00	R\$ 11.000,00
Mesa	15	R\$ 250,00	R\$ 3.750,00
Mesa grande	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Cadeira	40	R\$ 200,00	R\$ 8.000,00
Frigobar	15	R\$ 800,00	R\$ 12.000,00
Tefefone	17	R\$ 50,00	R\$ 850,00
Cama nível premium	5	R\$ 2.500,00	R\$ 12.500,00
Cama nível alto	5	R\$ 1.000,00	R\$ 5.000,00
Cama nível luxo	5	R\$ 500,00	R\$ 2.500,00
Travesseiros	40	R\$ 80,00	R\$ 3.200,00
Lençol	40	R\$ 130,00	R\$ 5.200,00
Toalhas banho	50	R\$ 30,00	R\$ 1.500,00
Toalhas rosto	25	R\$ 13,00	R\$ 325,00
Edredom	15	R\$ 100,00	R\$ 1.500,00
Edredom king	10	R\$ 130,00	R\$ 1.300,00
Roupão	40	R\$ 100,00	R\$ 4.000,00
Banheira grande	5	R\$ 4.000,00	R\$ 20.000,00
Banheira média	5	R\$ 3.000,00	R\$ 15.000,00
Refrigerador	2	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00
Louças em geral	-	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Computador	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Impressora	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Poltrona	20	R\$ 700,00	R\$ 14.000,00
Armário	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
Puff	10	R\$ 180,00	R\$ 1.800,00
Cadeiras eróticas	5	R\$ 1.000,00	R\$ 5.000,00
Máquina de lavar roupas	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
Secadora	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Forno	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Microondas	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Vaporizador elétrico	2	R\$ 280,00	R\$ 560,00
		Total	R\$ 174.185,00

Quadro 7 – Equipamentos indispensáveis

Fonte: Elaborado pelos autores

3.4. Plano Financeiro

As demonstrações financeiras projetadas apresentam para a empresa uma base para que se possa verificar antecipadamente os resultados que devem ser almejados no futuro, possibilitando aos investidores fazerem os devidos ajustes que julgarem necessários antes dos referidos investimentos, tornando possível a busca dos resultados ambicionados ou o mais parecido possível [4].

“A demonstração do resultado mede o desempenho ao longo de um determinado período, geralmente um trimestre ou um ano. A equação da demonstração do resultado é: Receitas –

Despesas = Lucro” [13]. “A demonstração de resultados do exercício é uma demonstração que resume as receitas e despesas da companhia durante um determinado período contábil” [18].

“Fluxo de caixa refere-se às entradas e saídas de caixa durante determinado período” [17]. “Fluxo de caixa é um instrumento de planejamento financeiro que tem por objetivo fornecer estimativas da situação de caixa da empresa em determinado período de tempo à frente” [14]. Fluxo de caixa pode ser definido como sendo “a diferença entre a quantidade de dinheiro que entrou no caixa e a quantidade de dinheiro que saiu” [13].

Fluxo de caixa consiste na determinação do tempo necessário para que o dispêndio de capital (valor do investimento) seja recuperado por meio dos benefícios incrementais líquidos de caixa (fluxo de caixa) providos pelo investimento [9].

	Dez
(+) Receita Bruta	65.386
(-) Impostos	2.615
(=) Receita Operacional Líquida	62.771
(-) Custo dos Produtos Vendidos	7.900
(=) Lucro Bruto	54.871
(-) Despesas Administrativas	19.740
Depreciações	5.382
(-) Despesas Comerciais	1.962
(=) LAIR	27.787
(-) IR + Contribuição Social	6.669
(=) Lucro Líquido ou Prejuízo	21.118

Quadro 8 – Demonstrativo de Resultado mensal, projetado para o ano de 2009

Fonte: Elaborado pelos autores

	Dez
Vendas	65.386
ITENS	Dez
SALDO ANTERIOR	203.708
ENTRADAS OPERACIONAIS	65.386
Vendas à Vista	45.770
Vendas a Prazo	19.616
SAÍDAS OPERACIONAIS	38.886
IMPOSTOS	2.615
CUSTOS	7.900
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	19.740
DESPESAS COMERCIAIS	1.962
IR E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	6.669
FLUXO DE CAIXA	26.500
APORTE DE CAPITAL	-
INVESTIMENTOS	-
SALDO ATUAL	230.208

Quadro 9 – Fluxo de caixa mensal projetado para o primeiro ano de atividade da empresa

Fonte: Elaborado pelos autores

O balanço patrimonial caracteriza a posição financeira da organização em determinado momento [3].

Os indicadores financeiros servem para auxiliar o processo decisório. Ao se decidir investir capital em um empreendimento, entra-se em um processo que envolve a geração e avaliação de diferentes alternativas com base em técnicas de investimento. Em seguida relaciona-se as

alternativas prováveis tecnicamente, e assim se analisa quais são atrativas financeiramente, e assim geram-se os indicadores que auxiliarão no processo decisório.

Os indicadores financeiros são os seguintes: Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR), Payback [8, 12, 15, 17, 20].

“As empresas tipicamente utilizam a análise VPL quando fazem aquisições. A análise é relativamente simples quando o pagamento é feito em dinheiro” [12]. “O VPL é igual ao Valor Presente (VP) de um investimento de capital menos o investimento de capital inicial” [17].

“A TIR é uma taxa máxima que o projeto pode alcançar em função dos investimentos realizados” [8]. “Se a TIR for mais alta do que o custo médio ponderado de capital da empresa, o investimento é uma oportunidade atrativa”, caso contrário a TIR não é considerada atrativa [17].

Fluxo de Caixa						
	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Vendas	597.612	784.632	863.095	1.122.024	1.122.024	1.570.833
ITENS	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
SALDO ANTERIOR	10.000	230.208	483.100	807.361	1.243.365	1.746.627
ENTRADAS OPERACIONAIS	577.996	728.526	839.556	1.044.345	1.122.024	1.436.190
Vendas à Vista	418.328	549.242	604.167	785.417	785.417	1.099.583
Vendas a Prazo	159.668	179.284	235.390	258.929	336.607	336.607
SAÍDAS OPERACIONAIS	357.789	475.633	515.295	608.342	618.762	787.232
IMPOSTOS	21.289	31.385	34.524	44.881	44.881	62.833
CUSTOS	65.900	94.800	104.280	113.760	113.760	147.888
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	199.400	248.724	261.160	274.218	287.929	302.326
DESPESAS COMERCIAIS	34.808	23.539	25.893	33.661	33.661	47.125
IR E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	36.392	77.185	89.438	141.822	138.531	227.060
FLUXO DE CAIXA	220.208	252.893	324.261	436.003	503.262	648.959
APORTE DE CAPITAL	0	0	0	0	0	0
INVESTIMENTOS	0	0	0	0	0	0
SALDO ATUAL	230.208	483.100	807.361	1.243.365	1.746.627	2.395.585

Quadro 10 – Fluxo de caixa projetado para os cinco próximos anos, após a inauguração

Fonte: Elaborado pelos autores

Balanco Patrimonial					
Ativo Circulante	558.822	906.622	1.420.304	1.923.566	2.707.167
Ativo Realizavel a Longo Prazo	0	0	0	0	0
Ativo Permanente	1.592.792	1.528.213	1.463.634	1.399.054	1.334.475
Ativo Total	2.151.614	2.434.835	2.883.938	3.322.620	4.041.643
Passivo Circulante	38.886	38.886	38.886	38.886	38.886
Exigível a Longo Prazo	0	0	0	0	0
Patrimônio Líquido	2.112.728	2.395.949	2.845.052	3.283.734	4.002.757
Passivo Total	2.151.614	2.434.835	2.883.938	3.322.620	4.041.643

Quadro 11 – Balanço Patrimonial projetado para os cinco próximos anos, após a inauguração

Fonte: Elaborado pelos autores

“O período de *payback* é definido como sendo aquele número de anos ou meses, [...] necessários para que o desembolso correspondente ao investimento inicial seja recuperado, ou ainda, igualado e superado pelas entradas líquidas acumuladas” [15].

	Payback					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Investimento	(1.731.950)					
Dezembro	(1.511.742)	(1.258.850)	(934.589)	(498.585)	4677	653635

Quadro 12 – Cálculo do *payback*

Fonte: Elaborado pelos autores

No quadro 12, estão representados o mês e ano (período) que o empreendimento atingirá o capital que nele foi investido. Percebe-se que será necessário um trabalho de 60 meses para que o empreendedor recupere seu investimento.

4. CONCLUSÃO

A falta de um Plano de Negócio é o principal responsável pelo alto índice de mortalidade nas empresas pouco tempo após a sua abertura. A partir do momento, que os problemas começam a aparecer, como a falta de capital de giro, problemas com funcionários, com fornecedores e a concorrência, os novos empreendedores perdem o controle da situação e, como consequência, a falência de seus negócios. Por isso, um Plano de Negócio bem elaborado não pode ser dispensado na abertura de um empreendimento, por menor que ele seja. O Plano de Negócio possibilita ao empreendedor detectar pontos relevantes para modificar a gestão de modo equilibrado, com coerência e harmonia. Sua praticidade em apresentar informações de forma realista, desde a concepção do negócio, a modelagem, estágios evolutivos, sua abordagem estratégica do empreendedorismo em seus princípios, é indispensável para a excelência empresarial.

1. CHIAVENATO, I. *Vamos abrir um novo negócio?* São Paulo: Makron Books, 1995.
2. _____, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.* São Paulo: Makron Books, 2005.
3. DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.* Rio de Janeiro: Campus, 2005.
4. GITMAN, Lawrence J. *Princípios da Administração Financeira.* São Paulo: Harbra, 1997.
5. HISRICH, R. D; PETERS, M. P. *Empreendedorismo.* 5. ed. São Paulo: Artmed, 2004.
6. KOTLER, Philip. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.* 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
7. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do Trabalho Científico: Procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.* 6. ed. São Paulo: Atlas 2001.
8. MELLAGI FILHO, Armando. *Curso básico de finanças.* São Paulo: Atlas, 2003.
9. NETO, Alexandre Assaf; SILVA, César Augusto Tibúrcio. *Administração do capital de giro.* 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
10. ROBBINS, S. P. *Administração: mudanças e perspectivas.* São Paulo: Saraiva, 2002.
11. SEBRAE. *Boletim estatístico de micro e pequenas empresas.* Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em: maio 2008.
12. ROSS, Stephen A; WESTERFIELD, Randolph W; JAFFE, Jeffrey F. *Administração Financeira: corporate finance.* São Paulo: Atlas, 1995.
13. ROSS, Stephen A; WESTERFIELD, Randolph W; JORDAN, Brandford D. *Administração Financeira.* São Paulo: Atlas, 2002.
14. SANTOS, Edno Oliveira dos. *Administração financeira de pequena e média empresa.* São Paulo: Atlas, 2001.
15. SANVICENTE, Antônio Zoratto. *Administração Financeira.* 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.

16. SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do Trabalho Científico*. 22 ed. rev. São Paulo: Cortez, 2002.
17. TRACY, John A. *MBA compacto Finanças: ideias inovadoras e dicas que realmente funcionam*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
18. VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 1997.
19. YIN, R. K. *Case study research: desing and methods*. Vol. 5, 2 ed. USA: Sage Publications, 1994.
20. WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. *Fundamentos da Administração Financeira*. 10ª ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000.
21. <http://www.sindiregiao.com.br/>. Acesso em: outubro 2008.
22. http://www.sinduscon-rs.com.br/site/imagesdin/226_cub%20geral.pdf. Acesso em: setembro 2008.