

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CLEVERSON AZARIAS

PLANO DE NEGÓCIO – EMPRESA MATRIZ SERIGRAFIA

CURITIBA

2015

CLEVERSON AZARIAS

PLANO DE NEGÓCIO – EMPRESA MATRIZ SERIGRAFIA

Trabalho realizado como requisito parcial à obtenção ao diploma de especialista em Inteligência de Negócios no curso de MBA em Inteligência de Negócios, Ceppad Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Gustavo Abib.

CURITIBA

2015

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: CONCORRENTES.....	13
TABELA 2: FORNECEDORES.....	14
TABELA 3: COMPETÊNCIAS FUNCIONÁRIO PRODUÇÃO.....	15
TABELA 4: PROJEÇÃO DE FATURAMENTO.....	17
TABELA 5: ORÇAMENTO PARA INVESTIMENTO FIXO NA LINHA DE PRODUÇÃO.....	19
TABELA 6: INVESTIMENTO EM ESTRUTURA ADMINISTRATIVA/COMERCIAL.....	19
TABELA 7: CUSTOS FIXOS.....	20
TABELA 8: INVESTIMENTO INICIAL EM MATÉRIAS PRIMAS E CUSTO VARIÁVEL.....	20
TABELA 9: FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS 2015.....	21
TABELA 10: FLUXO DE CAIXA ANUAL.....	21
TABELA 11: PONTO DE EQUILÍBRIO MENSAL.....	22
TABELA 12: DRE (DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO).....	22
TABELA 13: TAXA INTERNA DE RETORNO.....	23
TABELA 14: PAYBACK.....	24

SUMÁRIO

1. DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA:	5
1.1 OBJETIVO DA PESQUISA:	5
1.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	5
1.3 JUSTIFICATIVA	5
2. REFERÊNCIA TEÓRICA.....	6
3. FASES DO PROJETO.....	11
3.1. ANÁLISE DE MERCADO.....	11
3.1.1 MERCADO CONSUMIDOR E LOCALIZAÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DA ESTRUTURA DA EMPRESA.	11
3.1.2 MERCADO FORNECEDOR E SEUS CONCORRENTES	13
4. ANÁLISE OPERACIONAL E FINANCEIRA.....	15
4.1.1 ASPECTOS TÉCNICOS OPERACIONAIS DO EMPREENDIMENTO ..	15
4.1.2 ASPECTOS FINANCEIROS DO EMPREENDIMENTO	17
5. METODOLOGIA	24
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE O EMPREENDIMENTO.	24
7. REFERÊNCIAS	27

1. Delimitação do Problema:

Desenvolver um plano de negócios para a empresa Matriz Serigrafia, para a gestão de 2014-2015 com atuação em Curitiba e RMC.

1.1 Objetivo da Pesquisa:

Investigar como desenvolver um plano de negócios aplicável a uma micro empresa que já iniciou suas atividades, cujos proprietários tem poucos domínio do mercado de atuação.

1.2 Objetivo Específico.

- a. Analisar o mercado de atuação da Matriz Serigrafia;
- b. Compreender através de um embasamento teórico, os conceitos principais concernentes a um plano de negócios;
- c. Analisar as principais características do negócio;
- d. Analisar a viabilidade da implantação de uma empresa de serigrafia na cidade de Curitiba.

1.3 Justificativa

A necessidade deste projeto deve-se a urgência dos proprietários em visualizar melhor sua atuação no mercado em questão, a fim de melhor atender seus clientes e se adequar as necessidades atuais.

No mais, o projeto poderá ser um modelo para empresas semelhantes e estudantes de administração que desejam saber mais sobre o ramo.

O plano de negócios vai concretizar e organizar toda a idéia do empreendedor da melhor forma possível. O plano de negócios é útil para que os proprietários tenham uma pré visualização do mercado e como a empresa vai atuar, também serve para alocar os recursos investidos da melhor forma possível.

A Matriz Serigrafia se enquadra na modalidade empresarial de Micro Empreendedor Individual, onde possui benefícios do governo como tributário e fiscal.

A serigrafia é um processo utilizado para transferir imagens em tecidos e outras matérias, a empresa em questão neste projeto vai realizar apenas o serviço de impressão em tecidos.

A serigrafia é considerado um segmento de comunicação visual e esta inserida no setor gráfico e comunicação.

2. Referência Teórica

O empreendedorismo é uma área rica em desafios e oportunidades, e que, portanto, necessita da compreensão e conhecimento do futuro empreendedor, como salienta CHIAVENATO (2007, pg VII):

Para ser bem-sucedido, o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio.

A fase inicial de qualquer empreendimento, portanto, é o plano de negócios, que será a base de análise para identificar a viabilidade do projeto, ou seja, se é possível ou não colocar a idéia em prática.

Para tanto, precisamos compreender o conceito básico do que é um plano de negócios.

Segundo BANGS Jr, D. H. (1999, pg 36) um plano de negócios é um documento resumido que serve como um guia para seu futuro, proporciona direcionamento e enfoque, e ajuda a configurar seu negócio e evitar problemas.

De acordo com o SEBRAE (2013, pg 13) compreendemos ainda mais claramente do que se trata:

Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Considerando a realidade enfrentada pelas empresas hoje no mercado nacional, esse documento faz-se primordial para o bom direcionamento dos negócios. DOLABELA (2008, pg 80) indica que a taxa de mortalidade de novas empresas é bastante elevada nos três anos seguintes à sua criação: cerca de 90% no Brasil. As causas podem ser atribuídas, em grande parte, ao lançamento prematuro do novo produto ou serviço.

Outra causa observada é o posicionamento culturalmente aprendido ao longo da história do empreendedorismo brasileiro de que se bastava ter uma boa idéia para começar a trabalhar. SALIM (2005, pg 3) salienta que muitas empresas no mercado durante muito tempo funcionaram sem um plano de negócios, porém é uma opção totalmente arriscada para o micro empreendedor. Isso porque o cenário no mercado nacional e afora mudou muito na última década: temos um público cada vez mais exigente e informado, uma cadeia de fornecimento de produtos e serviços cada vez mais complexa e estruturada e uma dinâmica de atuação cada vez mais ágil e tecnológica. Esses fatores potencializam a necessidade de compreensão do terreno em que a empresa irá atuar e o estudo de viabilidade é uma premissa para não incorrer nos mesmos erros dessas empresas que morrem tão prematuramente.

O plano de negócios é composto de alguns tópicos importantes que somados apresentam um panorama geral para a futura empresa. A estrutura do plano pode variar de acordo com as necessidades de cada organização, mas de modo geral, os tópicos à seguir compõem um plano de negócios eficaz.

Segundo o SEBRAE (2013,pg 19) o plano de negócios deve iniciar com um Sumário Executivo em que devem ser descritos resumidamente os pontos mais importantes como: dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições; dados do empreendimento; missão e visão da empresa; setores de atividades; forma jurídica; enquadramento tributário; capital social; fonte de recursos.

CHIAVENATO (2007, 134) propõe as seguintes etapas subsequentes para a preparação do plano de negócios:

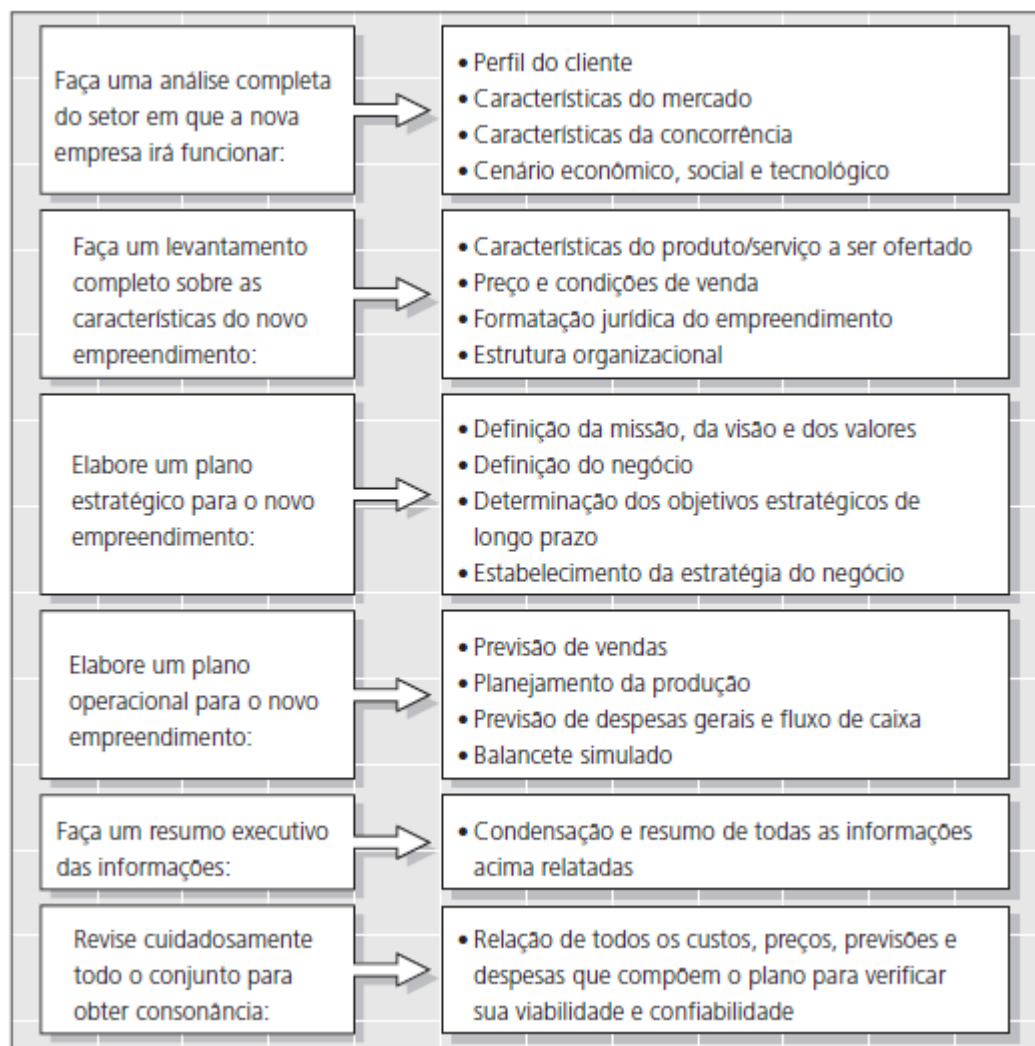


Figura 01: Etapas para preparação do plano de Negócios

FONTE: CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. p.134.

As etapas apresentadas acima, de forma simples e objetiva, direcionam a elaboração do plano que norteará a condução do novo empreendimento. Realizando o plano de negócios para a empresa em estudo, a mesma poderá administrar da melhor forma possível as questões referente ao mercado de atuação, clientes, fornecedores e concorrentes. Vai poder padronizar os meios de comunicação mais e fornecerá dados de como e onde alocar os investimentos da melhor forma possível, bem como todas as informações pertinentes a área financeira como projeção do fluxo de caixa e formação de preço de venda.

CHIAVENATO (2007, pg 137) ressalta ainda que os banqueiros e capitalistas de risco exigem um plano de negócio para aprovar empréstimos ou financiamentos para todo e qualquer novo empreendimento. Por isso é tão importante que o plano seja objetivo e ao mesmo tempo abrangente, trazendo as informações e as projeções que respaldaram os investimentos.

Um exemplo de projeção importante num plano de negócios para a captação de recursos é a projeção da receita, ou seja, dos recursos provenientes da venda dos produtos ou serviços ofertados pela empresa. Para DOLABELA (2008, pg 226)

O primeiro passo para se projetar a receita é estabelecer o preço de venda do produto, em cujo cálculo devem ser considerados o preço praticado pelos concorrentes, os preços sugeridos pelos revendedores varejistas e, principalmente, a percepção do valor que o consumidor tem do produto. Os custos de produção também influenciam o preço do produto, mas indicam principalmente o grau de viabilidade financeira da empresa, ou seja, se com os seus custos ela é capaz de gerar receitas líquidas atraentes e ser competitiva.

Feita essa análise é possível ainda desenvolver outras projeções até chegar ao lucro estimado mensal e anual. Essa é uma informação muito relevante para visualização do futuro próximo da empresa, para estimativas a médio e longo prazo.

Mas não é só no lucro que um empresário deve focar seus esforços, mas nas perspectivas que envolvem todo o negócio.

Essas perspectivas, segundo KAPLAN (1997) podem ser divididas em: perspectiva de inovação e aprendizado; perspectiva dos processos internos; perspectiva dos clientes e perspectivas financeiras; conforme exemplifica a figura abaixo:

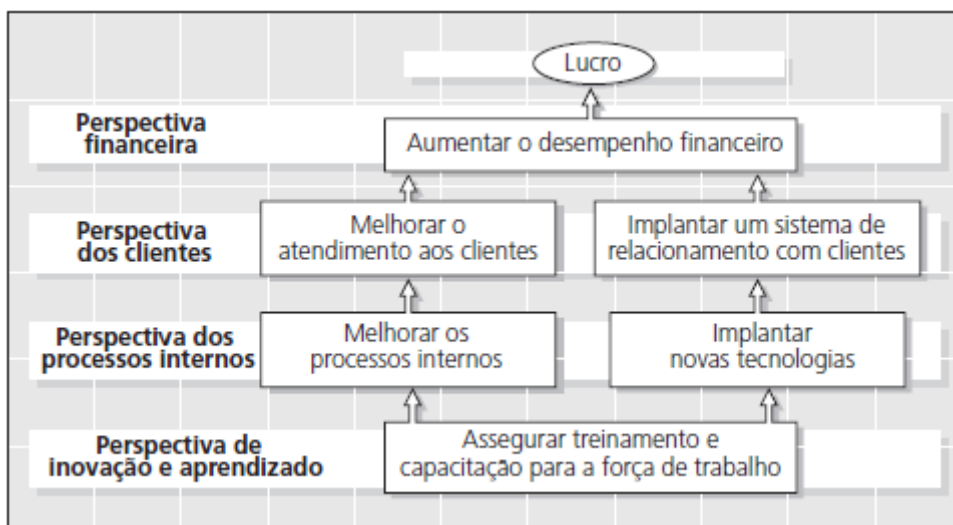


Figura 02: MAPA ESTRATÉGICO

Fonte: KAPLAN; Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em ação: balanced scorecard**. Rio de Janeiro: Campus, 1997. in: CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007. p.134.

Com um olhar global para o empreendimento, um plano de negócios bem elaborado e uma perspectiva de curto, médio e longo prazos é possível delinear uma empresa de sucesso, evitando problemas, antevendo soluções e projetando um futuro próspero e sólido para a nova organização. Essa é a proposta para a Matriz Serigrafia, e a seguir apresentaremos as fases do projeto focado no negócio em questão.

3. Fases do Projeto

3.1. Análise de mercado

3.1.1 Mercado consumidor e Localização para implantação da estrutura da empresa.

A empresa Matriz Serigrafia será implantada na cidade de Curitiba no estado do Paraná, o motivo é porque os investidores residem nesta cidade. Curitiba é a capital do estado, na região sul do Brasil a uma distância de aproximadamente 400Km da cidade de São Paulo que é considerado o maior centro econômico do Brasil.

A região metropolitana de Curitiba é composta por 29 municípios.

A Matriz Serigrafia esta inserida no setor terciário que é a de prestação de serviço, onde Curitiba estava se destacando pelo crescimento de empreendimentos neste setor até o ano de 2010.

GRÁFICO – ESTABELECIMENTOS FORMAIS EM CURITIBA, POR SETOR – 2010

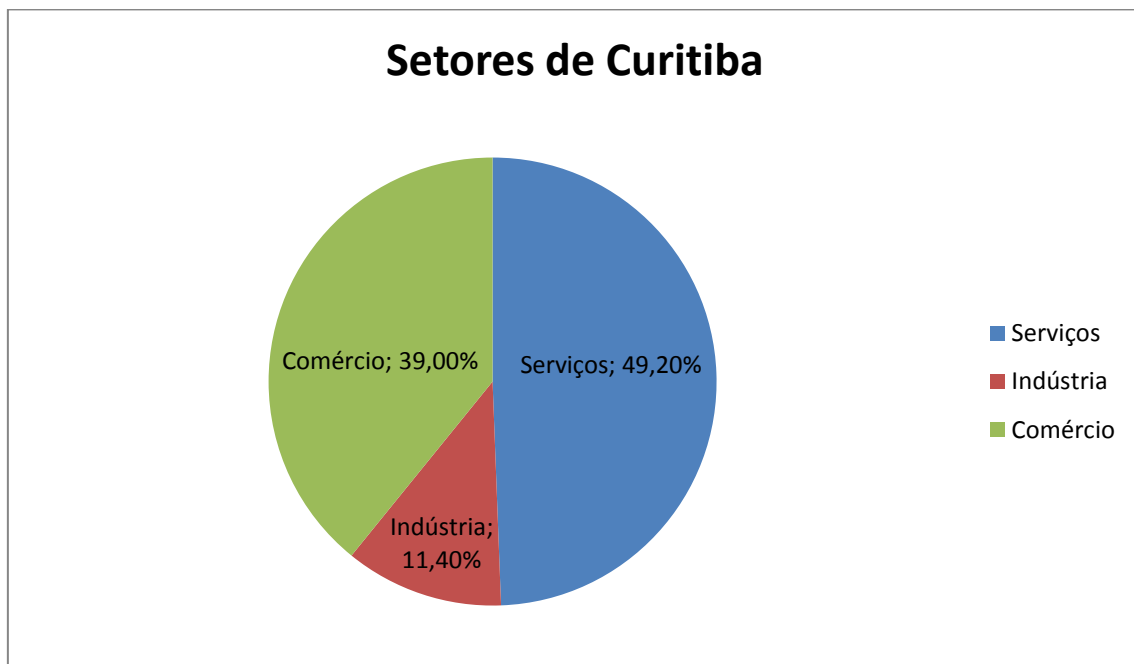


Figura 03: Gráfico estabelecimentos Formais em Curitiba

FONTE: MTE / DES / CGET / RAIS (2010)

O mercado consumidor dos serviços de serigrafia são empresas que comercializam artigos de promoção, eventos e brindes. Os principais clientes em potenciais são as empresas que estão localizadas na cidade de Curitiba e sua região metropolitana, porém não haverá nenhuma restrição para a comercialização fora do estado abrangendo todo o território nacional.

O serviço de serigrafia pode ser desenvolvido em vários tipos de materiais como plásticos, tecidos, papéis, vidros, acrílico, ferragens em gerias e diversos outros materiais, sendo assim, a Matriz Serigrafia poderá atuar em várias áreas atendendo diversos tipos de clientes, porém, seu público alvo inicial são empresas que trabalham com materiais têxtil (vestuário e acessórios como bolsas, guarda sól, carteiras, bonés entre outros produtos).

Estas empresas em sua maioria buscam o serviço diretamente no polo têxtil de Curitiba que fica na região do bairro boqueirão, onde atualmente se concentra as lojas que comercializam tecidos e artigos para facção e têxtil.

Algumas épocas do ano como janeiro e fevereiro, são considerados como de baixa demanda de serviços de acordo com pesquisa realizada com os fornecedores. Esta pesquisa foi realizada de forma empírica.

Os consumidores dos serviços prestados por uma serigrafia podem ser do setor de calçados, roupas, brindes, do próprio setor gráfico, do setor de comunicação ou mesmo pessoas físicas que buscam algum diferencial em presentes ou serviços próprios.

Segundo a Associação Brasileira de Indústria Gráfica (ABIGRAF), o setor movimentou, em termos mundiais, cerca de US\$722 bilhões em 2008, sendo que no

mesmo período o Brasil produziu cerca de R\$28,6 bilhões, sendo que fechou o ano de 2010 com R\$29,7 bilhões. De acordo com estes dados o mercado de serigrafia é atrativo para novos empreendedores.

3.1.2 Mercado fornecedor e seus concorrentes

A matriz serigrafia tem vários concorrentes, sendo estas empresas formalizadas e, também, o prestador de serviço informal. Pelo fácil acesso a maquinários e matéria prima, exista uma grande facilidade de acesso a este mercado de atuação.

Dentre os concorrentes vamos destacar as empresas legalmente formalizadas, desconsiderando as empresas informais, pois fica inviável mensurar a quantidade e tamanho destes empreendedores:

Tabela 1: Concorrentes:

Concorrentes:	Pontos Fortes:
* Kamifio Serigrafia	* Consolidação no mercado * Poder de barganha com fornecedores * Preço
* DBC Serigrafia	
* TekSilk Serigrafia	
* Camisetas Curitiba Serigrafia	
* Asteca Silk Serigrafia	

Fonte: Elaborado pelo Autor

Todas estas empresas mencionadas na tabela 1, são empresas formalizadas legalmente e com intensa atuação neste mercado.

Os pontos fortes que se destacam entre estes concorrentes são a consolidação da sua marca no mercado, seu poder de barganha com fornecedores por serem considerados referência na cidade de Curitiba e volume de vendas e

preço, onde este último ponto forte é o resultado de conseguir negociar custos com fornecedores, logo seu preço de venda fica mais barato do que uma serigrafia de menor porte. O tempo de trabalho e reconhecimento favorece muito a recompra dos clientes finais, pois o mesmo cria uma fidelidade pelo volume de serviço realizado com seu cliente.

Um cliente que necessita do serviço de serigrafia como empresas de brindes, empresas de eventos, entre outras, possuem um volume constante de vendas e compras, logo necessita do serviço para padronizar seu produto.

Um dos pontos fracos destes concorrentes, é que muitas vezes não conseguem cumprir o prazo de entrega de seus serviços justamente pelo volume que recebem de pedidos, e a má administração da linha de produção.

Analisando o aspecto fornecedor, o empreendedor pode contar com diversos fornecedores de matérias primas, desde uma loja de artigos para serigrafia que centraliza todos os produtos necessários para a produção, até grandes fábricas como Genesis e Colordex. Ambas as situações mencionadas de fornecedores é de fácil acesso, sem nenhuma exigência para venda por parte das fábricas.

Tabela 2: Fornecedores

Fornecedores	Observação	Cidade
<i>Matéria Prima e embalagem</i>		
Colordex	Indústria	São Paulo
Genesis	Indústria	São Paulo
Paraná Sign	Loja	Curitiba
Tigrão Tintas	Loja	Curitiba
Rede Tintas	Loja	Curitiba
F Silk	Representação	Curitiba
Sete Embalagens	Loja	Curitiba
Casa da Embalagem	Loja	Curitiba
<i>Fornecedores de serviços</i>		
Copel	Energia	Curitiba

Sanepar	Água	Curitiba
GVT	Telefonia/Internet	Curitiba
Banco do Brasil	Serviços financeiros	Curitiba
Cielo	Administradora de cartão	Curitiba

Fonte: Elaborado pelo Autor

4. Análise Operacional e Financeira

Nesta análise será informado os aspectos técnicos e operacionais deste empreendimento, bem como os aspectos financeiros como investimentos necessários para implantação deste projeto.

4.1.1 Aspectos técnicos e operacionais do empreendimento

Para desenvolver as atividades produtivas do empreendimento, será necessária a contratação de um funcionário com o cargo de Impressor serigráfico com as seguintes competências:

Tabela 3: Competências funcionário produção

Cargo:	Impressor Serigráfico
Competências exigidas:	
Gravação e desgravação de telas; Impressão de serigrafia com rodos; Preparação de tintas e emulsão; Preparação do fotolito para impressão; Praticidade com embalagens.	

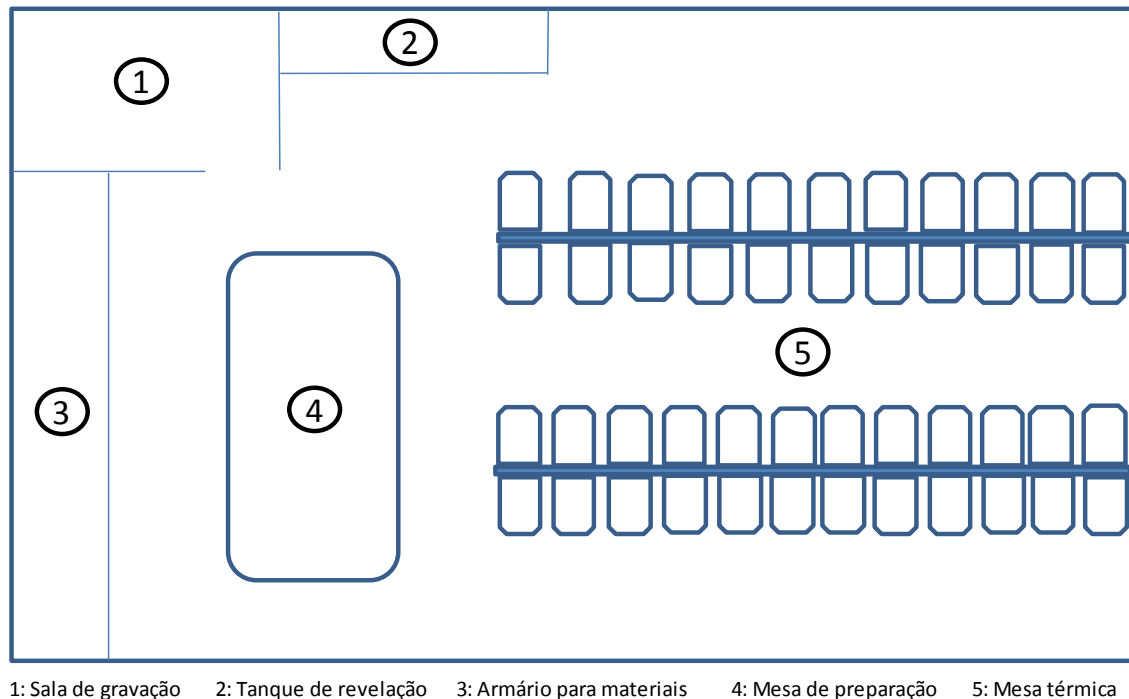
Fonte: Elaborado pelo Autor

Além deste funcionário mencionado na tabela 3, será necessária a aquisição dos maquinários e matéria prima que estão mencionadas na tabela 4 e no item 4.2.2 Aspectos Financeiros do Empreendimento.

O serviço que será comercializado é a serigrafia, técnica de impressão em tecido e/ou outros materiais como papel, papelão e sacolas, onde a tinta é vazada através da pressão de um rodo de borracha em uma tela preparada em *nylon*.

Segue abaixo layout da fábrica.

Quadro 3 – *Layout* das instalações



Fonte: Elaborado pelo Autor

Para implantação da linha de produção, a estrutura mínima para instalação é de 30 metros quadrados, com pontos de energia e iluminação de acordo com a voltagem dos maquinários e também um ponto de água e esgoto.

O escritório administrativo pode ser desenvolvido na modalidade de *home office*, pois não há necessidade de ter um funcionário disponível tempo integral na linha de produção.

Os diferenciais competitivos para o empreendimento são:

- Acompanhamento constante das novas tecnologias lançadas para o setor;
- Rapidez no atendimento ao cliente;
- Controle de qualidade nos serviços;
- Utilização de matérias de primeira qualidade.

A capacidade produtiva deste empreendimento sugerido neste trabalho será de 16.000 impressões por mês.

4.1.2 Aspectos financeiros do Empreendimento

4.1.2.1 Composição da receita operacional

Para análise da receita operacional, projetamos uma meta de venda de serviços de serigrafia mensal da seguinte forma:

Tabela 4: Projeção de faturamento

Serviço	Qtidade Clientes	ticket médio p/ Cliente	Total Faturamento/mês
Serigrafia	10	R\$ 500,00	R\$ 5.000,00

Fonte: Elaborado pelo Autor

O serviço de serigrafia é totalmente exclusivo e personalizado para cada cliente, pois cada cliente solicita um serviço diferenciado de acordo com sua demanda. A estampa é o principal fator de diferenciação e exclusividade, por mais que a empresa construa um relacionamento com o cliente, todo pedido feito sempre haverá diferença na estampa como tamanho do desenho, quantidade de cores, quantidade de telas e técnicas de impressão.

Em média um cliente realiza em torno de 2 a 3 pedidos mês constituindo seu ticket médio de consumo de R\$ 500,00/mês (quinhentos reais por mês).

4.1.2.2 Investimento em recursos humanos.

Para desenvolver toda a atividade de serigrafia será necessário o investimento humano em 2 pessoas para a área operacional e 1 pessoa para área administrativa financeira.

O salário base de um impressor serigráfico de acordo com o sindicato dos trabalhadores nas indústrias gráficas do estado do Paraná – STIGPR – é de R\$1.060,32, sendo considerado o mesmo salário para o funcionário da área administrativa financeira.

No caso deste projeto em específico e pelo fato desta empresa se enquadrar no MEI, será contratado apenas 1 funcionário que irá trabalhar na produção como impressor serigráfico, e as atividades administrativas e comerciais ficarão por responsabilidade do proprietário da empresa.

4.1.2.3 Investimentos em Estrutura e Materiais

Estes investimentos correspondem a todos os bens e materiais que se deve comprar para que a Matriz Serigrafia possa funcionar corretamente.

São diversos os investimentos que precisam ser realizados, separamos neste projeto em investimentos na linha de produção, investimento na estrutura comercial e administrativa e investimento em matérias primas.

Tabela 5 – Orçamento para investimento fixo linha de produção.

Investimento Inicial			
Produto	Valor Unt	Quantidade	Total
Máquina de gravação à vácuo;	R\$ 6.990,00	1	R\$ 6.990,00
Mesa de impressão térmica ou fria;	R\$ 4.990,00	1	R\$ 4.990,00
Quadros em alumínio ou de madeira com <i>nylon</i> ;	R\$ 29,90	20	R\$ 598,00
Rodos de borracha com suporte de madeira ou alumínio;	R\$ 9,90	15	R\$ 148,50
Espátulas;	R\$ 2,00	20	R\$ 40,00
Flanelas;	R\$ 29,00	1	R\$ 29,00
Canaleta de emulsão;	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00
Armário para estocagem de equipamentos e matéria prima;	R\$ 450,00	1	R\$ 450,00
Soprador térmico;	R\$ 99,00	1	R\$ 99,00
Pistola de remover resíduos de tinta;	R\$ 65,00	1	R\$ 65,00
Lavadora de alta pressão;	R\$ 250,00	1	R\$ 250,00
Tanque de revelação;	R\$ 990,00	1	R\$ 990,00
Mesa de preparação	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
<i>* Orçamento realizado em 12/2013</i>		Total	R\$ 15.659,50

Fonte: Elaborado pelo Autor

Tabela 6: Investimento em estrutura administrativa/comercial

Investimento Inicial			
Produto	Valor Unt	Quantidade	Total
Computador	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00
Mesa de escritório	R\$ 990,00	1	R\$ 990,00
Armário Escritório	R\$ 750,00	1	R\$ 750,00
Cadeira giratória	R\$ 250,00	1	R\$ 250,00
Materiais de escritório (diversos)	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
Impressora	R\$ 650,00	1	R\$ 650,00
Telefone	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00
<i>Total</i>			R\$ 4.740,00

Fonte: Elaborado pelo Autor

4.1.2.4. Custos fixos, custo variável e fluxo de caixa

O capital de giro é o montante necessário para o funcionamento da empresa, compreendendo todo o giro financeiro da empresa de entradas e saídas em um determinado espaço de tempo.

O custo fixo é o desembolso que a empresa realiza todo mês independente de seu resultado operacional. Já o custo variável é todo o desembolso que a empresa faz que esta ligada diretamente ao seu resultado operacional.

Tabela 7: Custos fixos

Descrição	Valor estimado
Sanepar	R\$ 50,00
Copel	R\$ 110,00
GVT	R\$ 230,00
Imposto MEI	R\$ 41,20
Folha Pagamento	R\$ 1.060,32
Total	R\$ 1.491,52

Fonte: Elaborado pelo Autor

O custo variável está estimado tendo base a projeção de faturamento estimado no item 4.2.2.1.

A próxima tabela de investimento inicial em matéria prima poderá ser utilizada como base para o custo variável, pois é a quantia exata de matéria prima utilizada para desenvolver o serviço de serigrafia dentro da projeção de 1 mês.

Tabela 8: Investimento inicial em matéria prima e custo variável

Descrição	Qtidade	Vlr Unt	Total
Tintas cores primárias	7	R\$ 21,90	R\$ 153,30
Tinta Preta	2	R\$ 19,90	R\$ 39,80
Tinta Branca	3	R\$ 21,90	R\$ 65,70
Tinta para Visco incolor	2	R\$ 89,90	R\$ 179,80
Emulsão e Diáso	3	R\$ 25,90	R\$ 77,70
Removedor de emulsão 100 Gr	1	R\$ 89,90	R\$ 89,90
Fitas	4	R\$ 2,20	R\$ 8,80
Total			R\$ 615,00

*Orçamento realizado em 30/10/2014

Fonte: Elaborado pelo Autor

Abaixo segue o fluxo de caixa projetado para o ano de 2015 tendo como base dados de custos e projeções de faturamento.

Tabela 9: Fluxo de caixa mês a mês 2015

Mês	Saldo Anterior	Despesas	Receitas	Saldo total
Janeiro	R\$ 22.506,02	-R\$ 22.506,02	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Fevereiro	R\$ 5.000,00	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 7.893,48
Março	R\$ 7.893,48	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 10.786,96
Abril	R\$ 10.786,96	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 13.680,44
Maiο	R\$ 13.680,44	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 16.573,92
Junho	R\$ 16.573,92	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 19.467,40
Julho	R\$ 19.467,40	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 22.360,88
Agosto	R\$ 22.360,88	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 25.254,36
Setembro	R\$ 25.254,36	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 28.147,84
Outubro	R\$ 28.147,84	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 31.041,32
Novembro	R\$ 31.041,32	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 33.934,80
Dezembro	R\$ 33.934,80	-R\$ 2.106,52	R\$ 5.000,00	R\$ 36.828,28

Fonte: Elaborado pelo Autor

Tabela 10: Fluxo de caixa anual

Ano	2015	2016	2017
Receitas	R\$ 60.000,00	R\$ 55.200,00	R\$ 82.728,02
Despesas	-R\$ 45.677,74	-R\$ 25.278,24	-R\$ 25.278,24
Saldo	R\$ 14.322,26	R\$ 29.921,76	R\$ 57.449,78

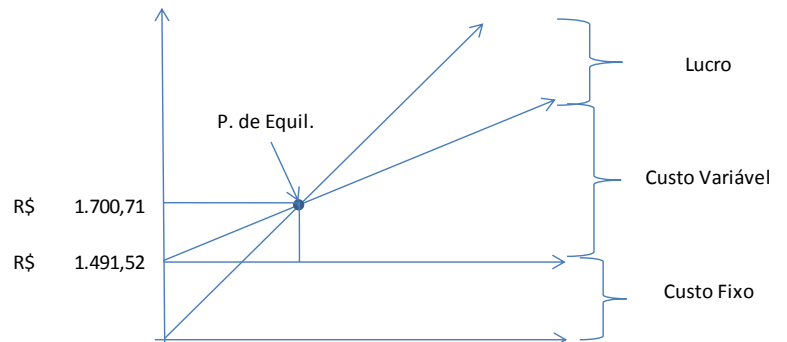
Fonte: Elaborado pelo Autor

Na projeção do fluxo de caixa, foi feito um desconto de 8% ao ano referente à inflação.

O ponto de equilíbrio dentro do mês de atuação acontece quando o faturamento alcança o valor de R\$ 1.700,71, à partir deste valor o empreendedor começa a ter lucro na sua operação.

Tabela 11: Ponto de equilíbrio Mensal

Ponto de Equilíbrio	
Receitas	R\$ 5.000,00
(-) Custos Variáveis	R\$ 615,00
(=) Margem de Contribuição	R\$ 4.385,00
	% 88%
(-) Custos Fixos	R\$ 1.491,52
Ponto de Equilíbrio	R\$ 1.700,71



Fonte: Elaborado pelo Autor

Uma análise essencial para viabilizar o projeto em questão, é projetar o resultado da operação do negócio, ou seja, calcular se no final de cada exercício a operação irá gerar lucro ou prejuízo. O cálculo para analisar este resultado é a DRE (demonstrativo do resultado do exercício).

Tabela 12: DRE (Demonstrativo do Resultado do Exercício)

DRE		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Receita		R\$ 60.000,00	R\$ 66.000,00	R\$ 72.600,00	R\$ 79.860,00
	(-) imp.MEI	-R\$ 494,40	-R\$ 494,40	-R\$ 494,40	-R\$ 494,40
	(-) CMV	-R\$ 7.380,00	-R\$ 8.118,00	-R\$ 8.929,80	-R\$ 9.822,78
(=) Receita líq.		R\$ 52.125,60	R\$ 57.387,60	R\$ 63.175,80	R\$ 69.542,82
(-) Despesas Op.		-R\$ 30.127,68	-R\$ 33.140,45	-R\$ 36.454,49	-R\$ 40.099,94
	<i>Desp Adm</i>	-R\$ 17.403,84	-R\$ 19.144,22	-R\$ 21.058,65	-R\$ 23.164,51
	<i>Pessoal</i>	-R\$ 12.723,84	-R\$ 13.996,22	-R\$ 15.395,85	-R\$ 16.935,43
(=) Resultado Op.		R\$ 21.997,92	R\$ 24.247,15	R\$ 26.721,31	R\$ 29.442,88
	(-) Ret Sócios	-R\$ 15.000,00	-R\$ 15.000,00	-R\$ 15.000,00	-R\$ 15.000,00
(=) Lucro Líquido		R\$ 6.997,92	R\$ 9.247,15	R\$ 11.721,31	R\$ 14.442,88

Fonte: Elaborado pelo Autor

Foi projetada uma retirada de sócio no valor de R\$15.000,00 no ano para o sócio, porém este valor é uma estimativa e sugestão, fica a critério do empreendedor o valor de sua retirada desde que não ultrapasse o valor do resultado operacional.

Cada ano foi projetado um reajuste de 7% sobre a folha de pagamento de acordo com a convenção trabalhista, também foi projetado um reajuste de 7% referente à inflação nos custos da mercadoria vendida e despesas administrativas.

Referente à receita, projetamos um crescimento de 10% ao ano, porém, se o governo federal não alterar o teto máximo de faturamento das empresas de modalidade MEI neste mesmo percentual, ficará a critério do empreendedor utilizar como meta de crescimento o teto máximo de faturamento da categoria, caso contrário ele poderá optar em alterar sua modalidade empresarial para outra categoria.

A previsão de retorno do investimento esta dentro dos 6 primeiros meses de atividade do primeiro ano da empresa.

Tabela 13: Taxa Interna de Retorno

Investimento	-R\$ 21.014,50
Receita Líquida 1° ano	R\$ 52.125,60
Receita Líquida 2° ano	R\$ 57.387,60
Receita Líquida 3° ano	R\$ 63.175,80
Receita Líquida 4° ano	R\$ 69.542,82
TIR	256%

Fonte: Elaborado pelo Autor

A taxa interna de retorno apresentado pelo investimento é muito atrativo, atualmente no mercado financeiro não existe um investimento que possa uma taxa de retorno comparado ao investimento apresentado neste projeto.

Conforme a tabela 14, podemos identificar que o retorno do capital investido esta projetado para o 3° ano de operação.

Tabela 14: Payback

Payback	
Lucro Líquido ano 1	R\$ 6.997,92
Lucro Líquido ano 2	R\$ 9.247,15
Lucro Líquido ano 3	R\$ 11.721,31
Lucro Líquido ano 4	R\$ 14.442,88

Fonte: Elaborado pelo Autor

5. Metodologia

A natureza desta pesquisa será de caráter qualitativo, onde a análise de dados será realizada em documentos e pesquisas bibliográficas.

As informações serão coletadas com estudo de mercado seguindo orientações do plano de negócios que será o instrumento norteador para o projeto.

O plano de negócio será o método principal de estudo desta pesquisa.

O estudo do mercado será feito com a coleta de informações através de pesquisa em campo, também serão utilizados alguns órgãos de apoio ao empreendedor como Sebrae-Pr, a FIEP-PR que é a Federação das Indústrias do Estado do Paraná e sindicatos da categoria.

6. Considerações finais sobre o empreendimento.

Analisando todo o estudo feito levando em consideração ao mercado, percebemos que o ramo de serigrafia não está sendo muito explorado na região de Curitiba, logo se torna uma grande possibilidade de ganhar mercado pelo baixo número de empresas registradas na região.

O serviço de serigrafia pode ser oferecido a clientes de diversos setores diferentes, oferecendo um produto personalizado e com qualidade, assim a empresa poderá escolher o nicho e tipo de serviço que será oferecido.

O investimento inicial para começar a operação é relativamente baixo, de acordo com os cálculos realizados, a taxa interna de retorno do projeto é atrativo ao empreendedor.

Atualmente no mercado financeiro, não possui um investimento que remunera seu investidor na mesma proporção apresentado neste projeto.

Além deste projeto, o investidor pode contar com o serviço especializado de apoio a micro e pequena empresa SEBRAE, onde poderá encontrar auxílio em qualquer momento que julgar necessário.

O MEI, possui muitos benefícios fiscais e financeiros, como imposto único que permanece o mesmo valor independente do faturamento (desde que não ultrapasse o teto máximo de faturamento que é de R\$ 5.000,00 mensais), entre outros benefícios como financiamentos com taxa de juros acessíveis.

Para a produção é necessário um quadro mínimo de funcionário, onde o investidor tem um custo baixo com mão de obra e gastos com folha de pagamento.

Analisando os pontos fortes do empreendimento como, qualidade na execução do serviço, qualidade nos materiais, boa gestão do negócio, plano de negócio bem delineado e publico alvo definido, conclui-se que a empresa possui todas as ferramentas necessárias para se destacar no mercado e conseguir alcançar suas metas de clientes.

O mercado de comunicação visual e impressão tem alcançado uma boa fatia do PIB nacional, muitas empresas tem buscado se destacar e divulgar seus

produtos e serviços através de diversos meios de comunicação, isso tem gerado um aquecimento e crescimento no ramo de comunicação visual.

Analisando todas as informações, entendemos que o projeto é viável para execução.

7. Referências

- Global Entrepreneurship Monitor. GEM. Empreendedorismo no Brasil. Curitiba, 2007.
- FILION, L. J.; DOLABELA, F. *Boa Idéia! E agora?*. São Paulo, Editora de Cultura, 2000.
- MCLAUGHLIN, H. J. *Como montar seu plano de negócios*. Rio de Janeiro, Editora Infobook, 1995.
- SALIM, C. S.; HOCHMAN, N.; RAMAL, A. C.; RAMA, S. A. *Construindo Planos de Negócios*. Rio de Janeiro, Editora Campos, 2005.
- BIAGIO, L. A.I; BATOCCHIO, A. *Planos de Negócios*. São Paulo, Editora Manole, 2006.
- Russo, J. Edward; Schoemaker, Paul J.H.; **DECISÕES VENCEDORAS**; Ed. Campus, 2002
- GOMES, L F. A M; GOMES, Carlos Francisco S. & ALMEIDA, **Tomada de decisão Gerencial : Enfoque multicritério**; Atlas; 2002.
- BAZERMAN, Max H, **Processo decisório**, Editora Campus, 2004.
- Harvard Business Review; **TOMADA DE DECISÃO**; Ed. Campus, 2001
- VAUGHN, Robert H.; **DECISION MAKING AND PROBLEM SOLVING IN MANAGEMENT**; Williams Custom Publishing; Euclid,2000 .
- NELSON, Bob, **Faça o que tem de ser feito: e não apenas o que lhe pedem**; Sextante, 2003.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro. Sextante, 2008.
- SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócios**, Brasília, 2013.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007

KAPLAN; Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em ação: balanced scorecard.** Rio de Janeiro: Campus, 1997