

PLANO DE NEGÓCIOS PARA ESTUDO DA VIABILIDADE ECONOMICO-FINANCEIRA DE UM EMPREENDIMENTO IMOBILIARIO DE QUITINETES EM NOVA PARNAMIRIM-RN

ALUNO: RICARDO CESAR GOMES DE LIMA
ORIENTADOR: MARIA VALÉRIA PEREIRA DE ARAÚJO

RESUMO

O presente trabalho objetivou conhecer a viabilidade mercadológica e financeira de um empreendimento imobiliário, focado em locação de quitinetes, localizado em Nova Parnamirim, Parnamirim/RN. Para realização deste estudo foi desenvolvida uma pesquisa exploratória e descritiva na qual foram aplicados 100 questionários junto aos clientes potenciais. Além do questionário, foram utilizadas as técnicas financeiras (Payback) de 4 anos e 9 meses. Verificamos ainda, que o empreendimento apresentou um VPL de R\$ 18.093,08 e uma TIR de 17,97%, contudo, concluímos que o referido investimento é atrativo e que seus sócios poderão obter um bom retorno na aquisição deste empreendimento.

ABSTRACT

The objective of this work was know the marketing and financial viability of a estate enterprise as location of quotients located in New Parnamirim, Parnamirim/RN. For accomplishment of this study, a exploration and descriptive research was developed in which 100 questionnaires of occult customer and direct comment had been used. The results gotten through the financial analysis had shown that the enterprise presented a Payback of 4 years and 9 months time to all recoup. We also verify that the enterprise presented a VPL of R\$ 18.093,08 and TIR od 17,97%. However, we conclude that this investment is attractive and that its partners will be able to get a good return in the acquisition of this enterprise.

1 INTRODUÇÃO

Esse trabalho apresenta um plano de negócios que tem por objetivo realizar uma análise econômico-financeira para a constituição de um empreendimento no setor imobiliário.

Com base nas estimativas que 50% (site do IBGE, visita 03/04/06) o déficit de moradia é muito grande, é imprescindível desenvolver um projeto no qual se obtenha uma boa liquidez e uma valorização do imóvel, um projeto prático que não precise de capital de giro constante, uma realidade no mercado.

De acordo com dados obtidos junto a Prefeitura Municipal de Parnamirim, o município alcançou em 2000 um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal de 0,760, considerado pelo PNDU (Plano Nacional de desenvolvimento Urbano) como município de médio porte de desenvolvimento humano, ocupando a segunda posição no Estado. Segundo dados do IBGE (Censo 2000). Parnamirim tem uma área de 126,6 Km², que corresponde a 0,24% da área do estado e a 5% da área da região metropolitana. Parnamirim, assim como as demais cidades do Brasil, também enfrentam um alto índice deficitário de casas próprias.

Com esses dados em mãos, surge à idéia de trabalhar esse nesse nicho. O empreendimento visa alocar estudantes, pessoas solteiras ou recém-casadas, que ainda não tenham filhos. O prédio de quatorze apartamentos, tendo como arranjo físico: uma sala/cozinha e uma suíte, com total de área de 36m² e um pátio para estacionamento de veículos.

Levando em consideração as características da atividade e a oportunidade de participar nela, segundo as considerações acima, a Situação Problemática do presente trabalho poder-se-ia formular assim: seria viável implantar um empreendimento neste setor no bairro de Nova Parnamirim? O objetivo geral do trabalho é elaborar um plano de negócio que possibilite identificar a viabilidade Econômico-financeira e mercadológica de um empreendimento imobiliário voltado para a construção de Quitinetes. Os objetivos específicos são: - Estudar o mercado para quantificar a demanda, os preços dos alugueis, conhecer a concorrência com

seus produtos e serviços; - Definir o público alvo, suas necessidades, para melhor aproveitamento de recursos materiais e ver a necessidade de políticas de funcionamento; - Obter informações sobre os aspectos legais: órgãos competentes, contabilidade, impostos, taxas, IPTU, alvarás junto à Prefeitura Municipal de Parnamirim e ao Corpo de Bombeiros; - Elaborar um plano de marketing para formular aspectos relacionados à política de preços, praça, promoção e tipos de produtos e serviços a oferecer; - Elaborar um plano financeiro que possibilite identificar a viabilidade econômica e financeira do empreendimento.

A realização do estudo de viabilidade econômico-financeira é fundamenta para buscar a longevidade do empreendimento, isto é claro, além da preparação da pesquisa para identificar o perfil do cliente-alvo, pesquisa dos concorrentes e dos fornecedores até o desenvolvimento do Plano de Negócio.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

Para dar sustentação teórica ao trabalho, este capítulo trata de vários conceitos, definições, métodos e técnicas que serão uteis no decorrer do trabalho.

No Brasil o conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido, no entanto, este assunto só foi se intensificando e recebendo a importância necessária do governo e da classe média no final da década de 1990, devido à preocupação com a alta taxa de mortalidade das empresas. (Dornelas, 2005).

Dornelas (205, p. 39) conceitua empreendedorismo da seguinte forma:

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso.

Entende-se, então, que o empreendedorismo será o fator que moverá a economia mundial.

Segundo Dornelas (2005, p. 39) 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 mercados.

Percebe-se que o empreendedor é uma pessoa visionária, que vê oportunidade onde nenhuma outra pessoa enxerga. É uma pessoa criativa que está sempre fazendo o novo se tornar obsoleto.

Conhecer bem o que vai ser oferecido ao mercado é muito importante para poder criar as estratégias de vendas, mas também é importante conhecer o ramo de atuação, identificando assim, o tipo de empreendimento constituído.

Existem vários tipos de empreendimentos, estes variam de acordo com o ramo da atividade. Sabe-se que os empreendimentos estão sempre voltados para a produção de bens ou de serviços. (CHIAVENATO, 1995. p. 05)

A interação das pessoas com as organizações é diária, nascemos e morremos dentro dessa ação recíproca.

Senger (2005) enfatiza que a aprendizagem individual, embora não assegure, por si só, o aprendizado organizacional, é inerente à ocorrência deste.

Com esses conjuntos de conhecimentos ele deixa transparecer que o aprendizado pode ocorrer, também, no cotidiano.

O plano de negócio é uma ferramenta de muita importância para constituição ou manutenção de uma empresa no mercado. Sua elaboração e análise não significam que o empreendimento terá sucesso, mas sim que serão reduzidos os riscos para o insucesso.

Conhecer o mercado onde estão os concorrentes, vê suas ameaças e oportunidades e saber seus pontos fortes e fracos é de fundamental importância para que uma empresa possa desenvolver uma estratégia para poder entrar no mercado ou até mesmo se manter neste. Portanto, é necessário antes de tudo desenvolver um Plano de Negócio.

A inovação e criatividade hoje são palavras colimadas no mundo dos negócios, que por sua vez necessita da visão arrojada do empreendedorismo para classificar as oportunidades superiores. O sistema não perdoa desacerto e é aí que um projeto com planejamento, bem elaborado dá segurança a empresário.

O plano de negocio é um documento que contém a caracterização do negocio, sua forma de operar, suas estratégias, seus planos para conquista uma fatia do mercado, e a projeção de despesas, receitas e resultados financeiros. (SALIM, 2001, p16).

Em suma, um plano de negocio é declaração escrita de forma padronizada onde está fixada toda particularidade de curto, médio e longo prazo do negocio. Com isso,

começar hoje um empreendimento sem um bom plano de negocio é querer fazer parte das estatísticas dos derrotados.

Para desenvolver um plano de negócio é necessário montar sua estrutura. Esta não tem padrão definido, ou seja, a estrutura do plano de negócio pode variar de acordo com o tipo de negócio, isto porque cada um tem suas particularidades.

Dornelas apresenta que o Plano de Negócio tem que ser estruturado de forma que as idéias estejam bem organizadas, facilitando a análise e o entendimento de como será o negócio. Ele apresenta várias estruturas de plano de negócio, no entanto, a mais adequadas para o empreendimento a ser desenvolvido é: vide Quadro 1 .

Quadro 1: Estrutura sugerida para pequenas empresas em geral

TÓPICOS PRINCIPAIS	SUBTÓPICOS
1. CAPA	
2. SUMÁRIO	
3. SUMÁRIO EXECUTIVO ESTENDIDO	3.1 Declaração de Visão 3.2 Declaração de Missão 3.3 Propósitos Gerais e Específicos do negócio, Objetivos e Metas 3.4 Estratégia 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 Lançamentos de Novos Produtos e Serviços
5. ANÁLISE DA INDÚSTRIA	5.1 Análise do Setor 5.2 Definição do Nicho de Mercado 5.3 Análise da Concorrência 5.4 Diferenciais Competitivos
6. PLANO DE MARKETING	6.1 Estratégia de Marketing (preço, produto, praça e promoção) 6.2 Canais de Venda 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 Assessorias Externas (jurídica, Contábil, etc.) 8.3 Equipe de Gestão
9. PLANO FINANCEIRO	9.1 Balanço Patrimonial 9.2 Demonstrativo de Resultados 9.3 Fluxo de Caixa
10. ANEXOS	

Fonte: DORNELAS (2005)

Os aspectos mercadológicos avaliam o desempenho e as ações de marketing no negócio. E isso é feito através de indicadores que engloba todas as atividades necessárias ao exercício de um empreendimento orientado para o marketing.

De acordo com Rocha, Dantas e F. Coelho (1996, p. 115) “Para que se consiga ser eficaz no desempenho de marketing é necessário que antes se conheçam algumas tendências mercadológicas. “

Isso implica dizer que, os aspectos mercadológicos, responde e define o empreendimento, faz uma avaliação do mercado, avalia comportamentos de clientes e concorrentes e muitos outros fatores.

Para Kotler (1998, p, 31) “Um mercado consiste de todos os consumidores que compartilham de uma necessidade ou um desejo específico, dispostos e habilitados para fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo”.

De acordo com Churchil e Peter (2000, p.26) “A análise ambiental é a pratica de rastrear as mudanças no ambiente que possam afetar uma organização e seus mercados”.

Para se obter sucesso em qualquer empreendimento é necessário conhecer os hábitos de consumo da população, aspectos da sociedade, de maneira tal que se fracione em grupos de consumidores para o seu produto ou serviço. Como o ambiente está em permanente transformação, oferecendo oportunidades e ameaças, o mercado por sua vez acompanha essa transformação.

3 METODOLOGIA

Este trabalho acadêmico foi desenvolvido por meio de uma pesquisa exploratória. O mercado é muito dinâmico, de forma que foram buscados registros no estado do Rio grande do Norte sobre a viabilidade financeira e abordagem de mercado focada diretamente sobre o tema.

Foram exploradas fontes secundárias, pois o mercado escolhido tem uma amplitude vasta, dinâmico e heterogêneo. Foram avaliadas pesquisas feitas por grandes institutos como IBGE, SEBRAE, prefeitura e Internet, sobre diversos assuntos.

Com enfoque quantitativo e qualitativo foram usadas técnicas como observações diretas, cliente oculto, entrevista pessoal, questionário aberto e observação simples.

Para dimensionar o mercado foram utilizados dados fornecidos (através de pesquisa na Internet) por grandes institutos de pesquisas (IBGE, SEBRAE, Prefeitura de Parnamirim) detentores de informações descritiva, qualitativa e quantitativa do setor.

Feita pesquisa documental para dimensionar o tipo de produto, preço, localização, perfil e expectativa da clientela. Pesquisados 100 pessoas.

Com técnica do cliente oculto também foi observado quem são os concorrentes, produtos ou serviços, seus pontos fortes e fracos e outras informações que são pertinentes. Essa técnica foi aplicada em três concorrentes.

4. RESULTADOS DO TRABALHO

Este capítulo apresenta os resultados do trabalho. Assim, fazem parte dele a Pesquisa de Mercado, composta pela análise dos clientes, fornecedores e concorrente, e o Plano de Negócio com a respectiva avaliação financeira de viabilidade.

Kotler (1998, p.31) fala que “Um mercado consiste de todos os consumidores que compartilham de uma necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados para fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo.”

Foram aplicados questionários no período de 06 a 10 de março de 2007, na cidade de Natal, e no Município de Parnamirim. Realizada em horários distintos..

De acordo com o gráfico 01, percebe-se que apesar de 36% dos consumidores já terem morado em quitinetes e 15% não se interessarem em morar, 49% são consumidores ativos e que estão dispostos a alugar, considerando que desses 49%, 22% tem vontade de morar, mas são financeiramente dependentes.

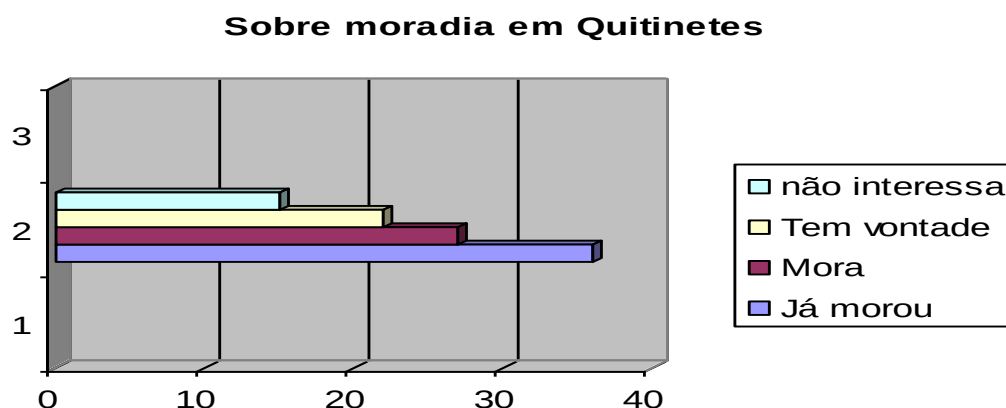


Gráfico 01: Se os clientes já moraram em quitinetes.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

Pelo gráfico 02, observa-se que o sexo masculino apresentou uma diferença de 24% em relação ao sexo feminino, mostrando que os homens estão mais dispostos a pagar para residir em quitinetes. Mas não pode desconsiderar uma parte da população feminina que também está disposta a residir em quitinetes.

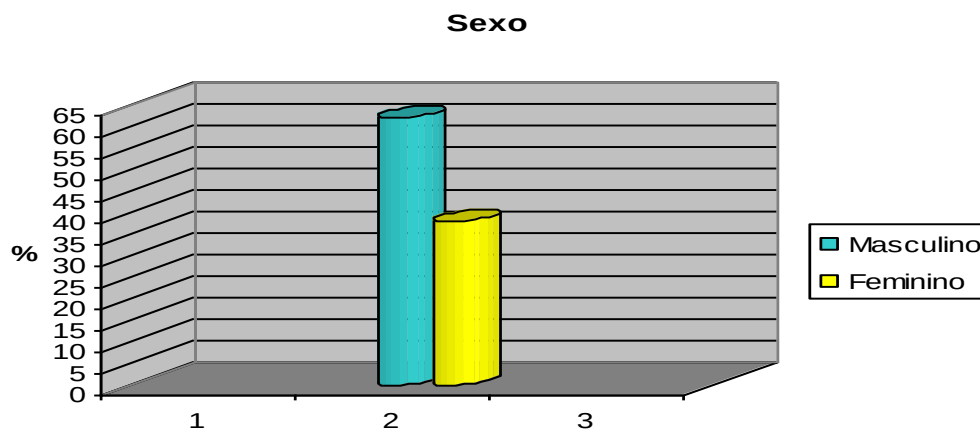


Gráfico 02: percentual de homens e mulheres.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 03 mostra que das pessoas entrevistadas 79% se encontram na faixa de 21 a 30 anos, idade que compreende a necessidade de autoafirmação e de independência. Revelou o interesse de uma faixa etária que é compreendida entre 41 a

50 e as pessoas que têm mais de 50 anos na possibilidade e interesse de residir em quitinetes por sua praticidade e pelo valor econômico do valor da locação.

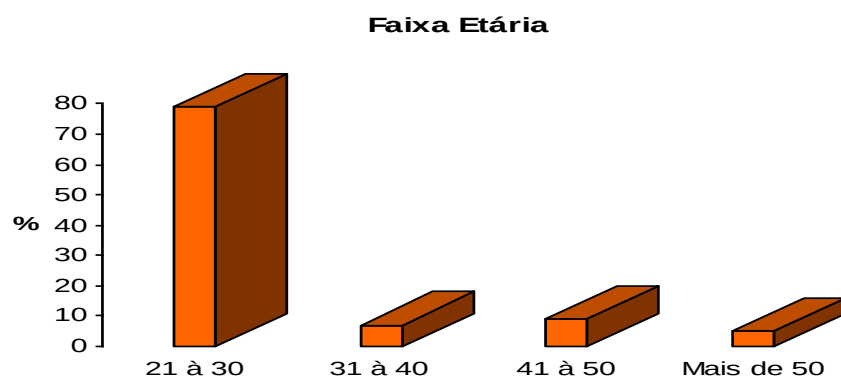


Gráfico 03: Faixa Etária dos entrevistados.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 04 mostra que um grande percentual dos clientes potenciais são solteiro. Este parâmetro mostra uma vantagem, pois pessoas solteiras não precisam de moradias grandes.

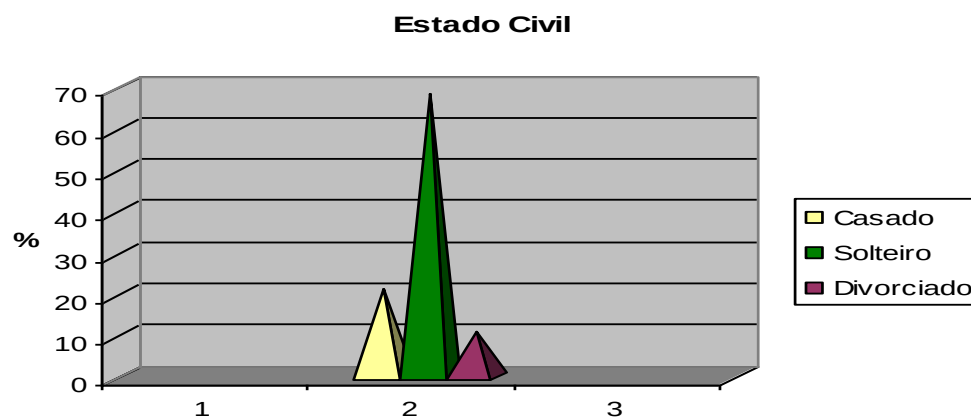


Gráfico 04: Estado civil que os entrevistados se encontram.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 05 posiciona o cliente em potencial em um nível de escolaridade superior às expectativas, a quantidade de pessoas que tem desde o ensino médio completo, até o nível superior educacional está em 96% dos entrevistados.

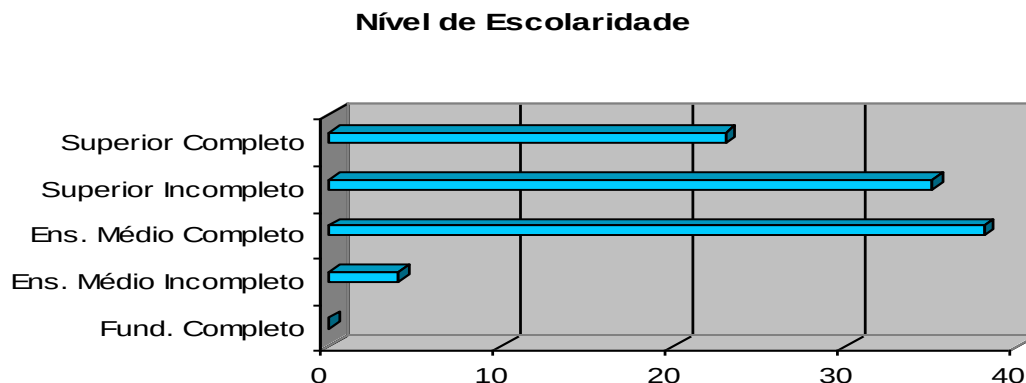


Gráfico 05: nível de escolaridade dos entrevistados.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

De acordo com o gráfico 06, pode-se observar que a renda familiar dos entrevistados concentra-se entre R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00 reais, totalizando 31% dos pesquisados. Isso significa que a grande maioria dos entrevistados, mesmo os entrevistado com características de faixa etária mais jovem e com baixo nível de escolaridade, tem possibilidades financeira de vir a morar em uma quitinete locada.

Se somados o percentual de pesquisados que tenha mais de R\$ 1.001,00 reais nos vamos ter uma parcela muito maior da amostra, 71%, com reais condições de poder vir a locar uma das quitinetes e quitar o aluguel.

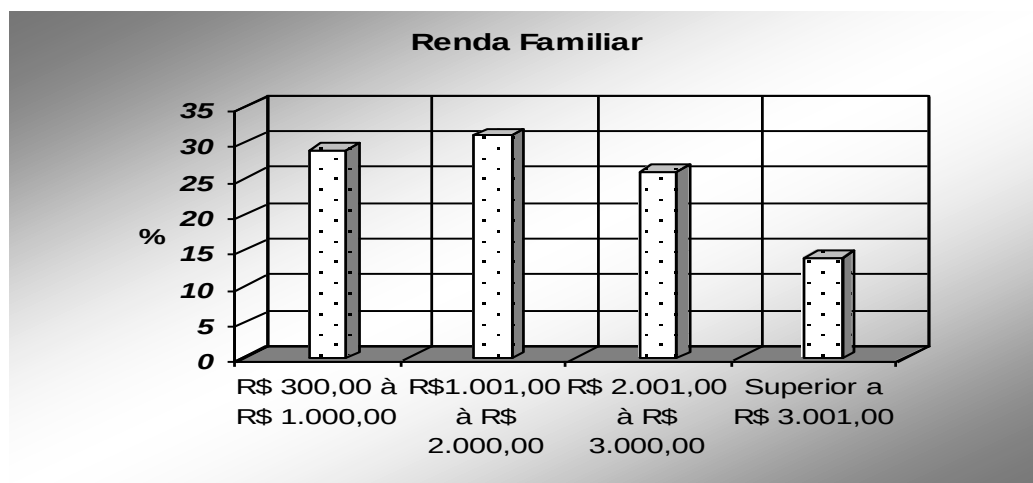


Gráfico 06: Renda Familiar

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 07 revela a grande quantidade de entrevistados que já morou de aluguel, um total de 83%. O gráfico retrata o nicho de mercado que é a capacidade da população de comprar a casa própria, a parcela da população que consegue realizar tal compra tendo em vista o todo da sociedade Norte Rio Grandense é muito pequena forçando cada vez mais as pessoas resolverem seus problemas de moradia através do processo de locação.

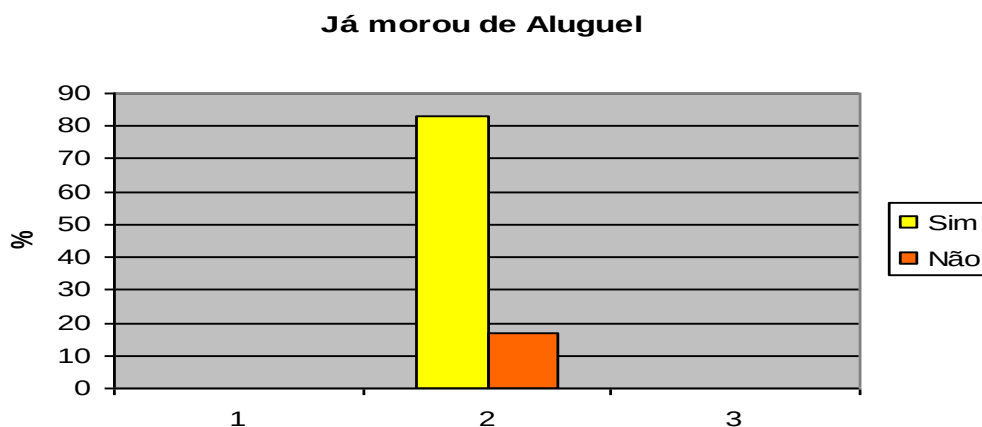


Gráfico 07: já morou de aluguel.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 08 relata que o valor ideal a ser cobrado pela locação de uma quitinete no período de um mês esta compreendido basicamente entre R\$ 300,00 a R\$ 400,00 reais. A média de preço coletada na pesquisa ficou em R\$ 332,50 reais.

Quanto Pagaria no Aluguel de uma Quitinete

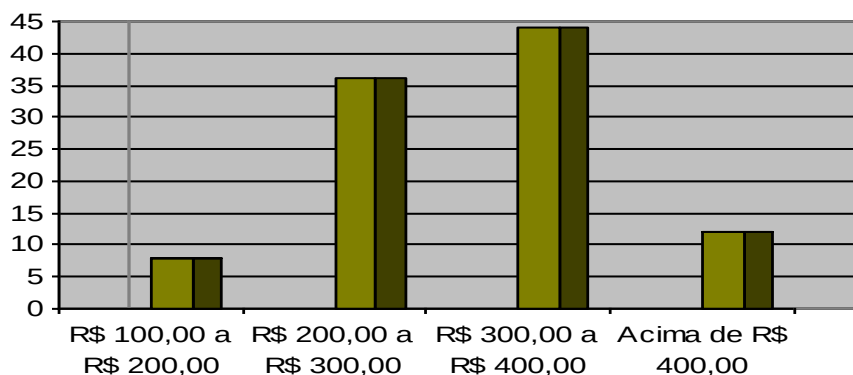


Ilustração 1

Gráfico 08: quanto pagaria no aluguel de uma quitinete.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

A tabela 1 mostra o fator que é mais levado em conta ao alugar uma quitinete, esta questão foi realizada para saber onde se deveriam concentrar os esforços do marketing no intuito de manter constantemente locado as quitinetes.

Descobriu-se que preço, localização e tamanho do imóvel, com 96% das notas de atribuição de importância, são os fatores que mais pesam na escolha de locação.

Tabela 1 - Grau de importância ao alugar uma Quitinete

Variáveis	Pesos					
	1	2	3	4	5	6
Preço	0	0	11	22	31	36
Localização	2	8	17	19	26	28
Tamanho	0	4	10	18	38	30
Transporte	31	45	20	4	0	0
Segurança	9	21	23	36	5	6
Saneamento	58	22	19	1	0	0

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 09 reflete quais os principais motivos que as pessoas têm na busca por a moradia em quitinetes, e o que se identificou foi um nicho de mercado que não é só alugar um apartamento ou quitinete, e sim vender independência.

O que Levaria a morar na Quitinete

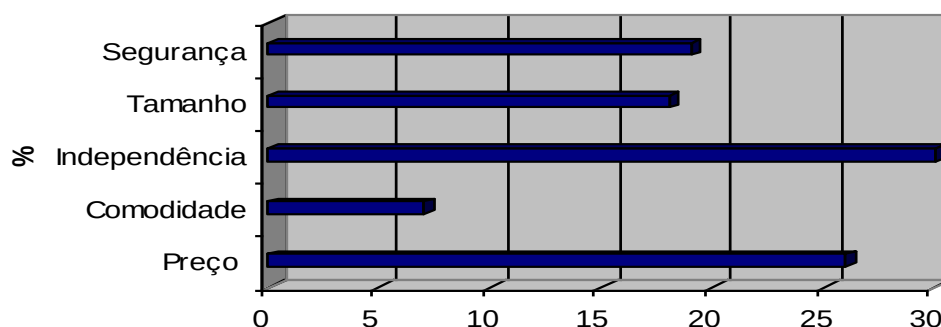
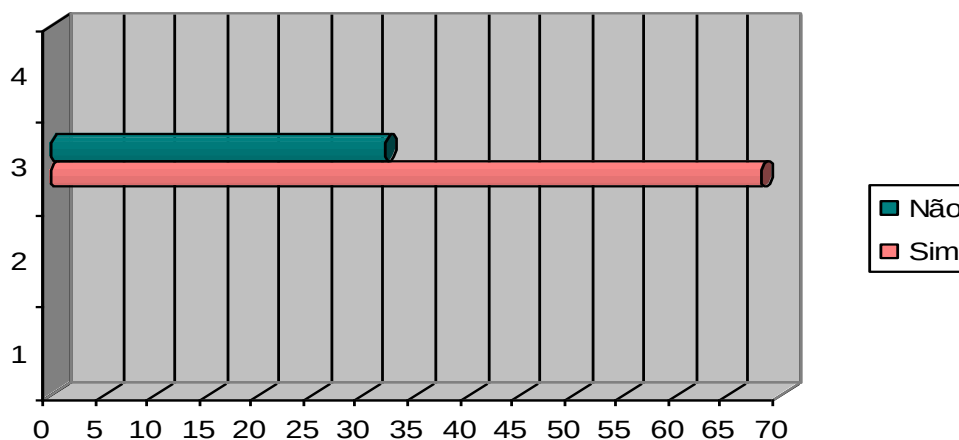


Gráfico 09: o que levaria morar em uma quitinete.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 10 demonstra a boa aceitação das pessoas em vir a residir no bairro de Nova Parnamirim, com um total de respostas de

Moraria em uma Quitinete em Nova Parnamirim



68%,

Gráfico 10: moraria em uma quitinete em nova parnamirim.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

O gráfico 11 mostra que as pessoas estão cada vez mais ligadas a tecnologia e a informação. A pesquisa mostra que a TV a cabo e Internet, com 61%, são os dois serviços adicionais que os clientes desejam que sejam disponibilizados.

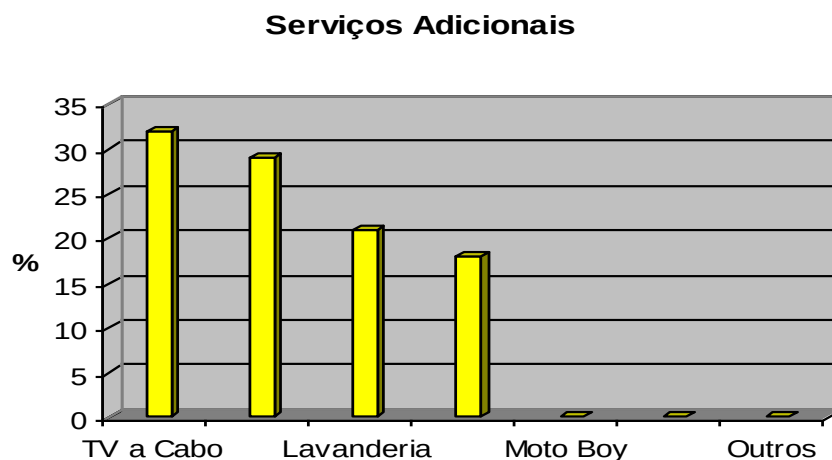


Gráfico 11: serviços adicionais.

Fonte: Primária, pesquisa realizada em campo.

Com base nos questionários acima descritos, para fim do presente estudo de viabilidade, se torna de importância impar caracterizar o perfil dos clientes em potencial de locação de quitinetes.

Os clientes em potencial são basicamente pessoas de ambos os sexos, em uma faixa etária entre 21 a 30 anos de idade, solteiros ou recém casados sem filhos, com um bom nível de escolaridade.

Pessoas que ganham bem para os padrões do Brasil, com uma renda familiar média de R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00 reais, que já moraram de aluguel.

Pessoas que buscam soluções para os conflitos do dia a dia, como a necessidade de morar em um bairro onde se ache de tudo, com todos os principais centros comerciais próximos e a praticidade de morar em lugares menores.

Jovens com sentimento de liberdade e independência ou mesmo necessidade de residir longe da família por motivo de ter que vir a estudar em uma cidade maior, com certos tipos de comodidades do era contemporânea como à internet e a TV a cabo.

As empresas pesquisadas foram: Quiosque Buena Vista, Flats Nova Parnamirim e Condomínio Residencial Paradiso.

Os três empreendimentos acima citados ficam localizados na Maria Lacerda entre os números 615 e 941.

A média de preço coletada na pesquisa ficou em R\$ 332,50 reais composto principalmente entre os tópicos de R\$ 200,00 a R\$ 300,00 e R\$ 301,00 a R\$ 400,00, que geraram um total de 80% das respostas de quanto pagariam por o aluguel de um quitinete.

Dentre os concorrentes observados o único que está perto da média da pesquisa é o Quiosque Buena Vista com um valor de locação de sua quitinete em R\$ 360,00 reais, os demais observados mesmo tendo dimensões iguais e até mesmo menores que o condomínio aqui estudado, apresenta preços de locação bem mais altos que a média observada na pesquisa.

O empreendimento Condomínio Rian tem uma área construída por quitinete de 36 metros quadrados e o que se observou através da análise dos concorrentes é que o tamanho dos apartamentos destes é de tamanho similar e um pouco menores que o do Condomínio Rian. O Quiosque Buena Vista é o menor com uma área de apenas 31 metros quadrados, os Flats Nova Parnamirim esta com uma área de 37 metros quadrados e o condomínio residencial Paradiso tem 35 metros quadrados.

Percebesse também a falta de critérios na execução do projeto arquitetônico, pois a falta de harmonia e aproveitamento é visível.

Os concorrentes observados não prestavam nenhum tipo de serviço adicional que gerasse comodidade e satisfação ao locatário, serviços como internet e TV a cabo não são para todo o condomínio e sim para locatários avulsos que tenham necessidades contato direto com a prestadora de serviço.

A empresa apresenta dois sócios proprietários, distribuindo as cotas igualmente com 50% para cada um. O organograma da empresa é simples e horizontal.

Organograma

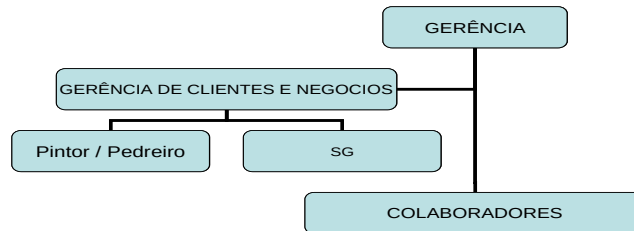


Figura 5: Organograma da empresa.

Fonte: Própria do autor; 2007.

O investimento previsto para construção é de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), mediante aporte de recursos próprios dos sócios descritos abaixo:

Nomes dos sócios:	Valor das Cotas:	%
1) Ricardo César Gomes	R\$ 75.000,00	50%
2) Ângela Maria Lima	R\$ 75.000,00	50%

A direção da empresa será exercida pelo sócio proprietário Ricardo César, que por sua experiência e pela disponibilidade, se qualifica a exercer todas administrativas.

O processo de construção foi feito da seguinte forma:

1. Pesquisa de preços (licitação) entre três construtores, onde foi estudada a viabilidade de construção de cada um individualmente.
2. Definição do projeto.
3. Definição dos materiais a serem usados.
4. Liberação da obra junto à Prefeitura, bombeiros, CREA, etc.
5. Fechamento do contrato, onde o construtor fazia tudo isso em um pacote.

Construir quitinetes requer conhecimento de normas regidas pela prefeitura municipal de Parnamirim, CREA e bombeiros.

A visão é até 2015 ter 50 quitinetes alugados. Prédios que hospedem estudantes, pessoas solteiras, casais sem filhos. Atuar no ramo de alugueis com ética, com responsabilidade social e ambiental, fornecendo produtos e serviços adequados a necessidades dos nossos parceiros, clientes, comunidades e colaboradores.

A missão do Condomínio Rian é alugar quitinetes que apresentem conforto, comodidade, segurança e praticidade aos seus moradores, além de buscar constantemente a satisfação do cliente.

A empresa funcionará operacionalmente mediante a aquisição dos equipamentos e das ferramentas necessárias a boa realização das atividades corriqueiras, conforme tabela abaixo:.

Tabela 2 - Equipamentos e Ferramentas

Item	Quantidade
Uniformes	02
Mangueira	01
Desinfetante	03
Vassourão	02
Rodo	01
Baldes	03
Pano de chão	05
Vassoura	02
Computador/ impressora	01

Fonte: próprio autor; 2007.

As estratégias que serão seguidas pelo condomínio Rian e que estão presentes neste plano de negócio tem por finalidade levar satisfação aos locatários, através do composto de marketing, influenciando os nossos clientes a locarem e se manterem como condôminos.

Kotler (1998, p. 254) fala que “o ato desenvolver um conjunto de diferenças significativas para distinguir a oferta da empresa das ofertas de seus concorrentes.”

O autor mostra que desenvolver uma estratégia de marketing é buscar novas alternativas para atrair e satisfazer o cliente.

Uma boa determinação de preço poderá levar uma empresa ao desenvolvimento e lucratividade, ao passo que uma má determinação poderá levar uma empresa até mesmo a falência (Las Casas 2001).

O preço ideal da locação das quitinetes foi estipulado através da pesquisa de mercado realizado anteriormente. A pesquisa detectou que o preço é um dos aspectos mais observados na hora da escolha por uma locação no nosso tipo de empreendimento e o preço médio que os clientes em potencial pagariam ficou entre R\$ 300,00 e R\$ 400,00. Por estes motivos a escolha por um preço convidativo que fosse abaixo da concorrência foi fundamental, chegando-se a R\$ 300,00.

Em seguida, a projeção de faturamento do Condomínio Rian, na locação de quitinetes, para um período de cinco anos.

Tabela 3 - Projeções de Faturamento para 5 anos

Meses	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Janeiro	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Fevereiro	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Março	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Abril	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Maior	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Junho	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Julho	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Agosto	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Setembro	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Outubro	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Novembro	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Dezembro	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
TOTAL	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00

Fonte: próprio autor; 2007.

Ao projetar uma empresa torna-se primordial a construção de um plano financeiro que venha a fornecer os valores necessários para verificar a viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

O plano financeiro é a etapa mais difícil para o empreendedor desenvolver no Plano de Negócio porque através dele será descrito todos os processos anteriores em

valor monetário, incluindo o investimento, gastos com marketing, com pessoas, custos fixos e variados, projeções de venda, análise da rentabilidade o negócio, ate.(DORNAELAS 2005, P. 162)

O investimento inicial é necessário para a abertura do negócio, quanto se precisa para iniciar as atividades da empresa e colocá-lo em pleno funcionamento.

Tabela 4 - Investimento Inicial

Descriminação	Qtde.	Valor unt.	Valor total
Compra do terreno	1	5.000,00	5.000,00
Projeto arquitetônico	1	1.000,00	1.000,00
Construção do Imóvel	1	130.000,00	130.000,00
CREA	1	300,00	300,00
STTU	1	50,00	50,00
SEMURB	1	790,00	790,00
Escritura do imóvel	1	6.500,00	6.500,00
Uniformes	2	50,00	100,00
		Total	143.740,00

Fonte: próprio autor; 2007.

Concluí-se que para a plena iniciação das atividades é necessário o investimento de R\$ 143.740,00. Como a tabela acima demonstra, a maioria do investimento engloba a construção do imobilizado, com um total de 90,44% .

O Capital de giro é o conjunto de valores necessários para a empresa fazer seus negócios acontecerem (girar), seria a diferença entre ativo circulante e o passivo circulante.

Pelos motivos citados acima mensuramos o valor necessário de capital de giro em 10% do valor total do investimento.

O processo de seleção e recrutamento virá a preencher os cargos necessários para a manutenção do negócio. Os recursos financeiros necessários para a o pagamento da folha mensal de funcionários e seus respectivos encargos, podem ser visualizados nas tabelas a seguir.

Tabela 5 - Folha de Funcionários

Cargo	Salário bruto	INSS	INSS desc.	Trans/ alim	VT desc.	Total desc.	Salário Liq.
Faxineira	380,00	7,65%	29,07	6%	22,8	51,87	328,13
ASG	380,00	7,65%	29,07	6%	22,8	51,87	328,13
					Total mensal		656,26
					Total anual		7.875,12

Fonte: próprio autor; 2007.

A empresa terá apenas 02 empregados, uma faxineira e um auxiliar de serviços gerais, gerando uma folha de pagamentos enxuta com um valor mensal de R\$ 656,26 e uma folha anual de R\$ 7.875,12. A tabela explica, em ordem, quais os cargos a serem ocupados, seus respectivos valores brutos, o percentual de 7,65 para o INSS, o percentual de 6 para alimentação e transporte e o somatório dos descontos se chegar ao valor do salário líquido. Os cálculos dos impostos estão presentes na tabela a seguir.

Tabela 6 - Encargos Sociais

Cargos	Transp. (6%)	Alimento (6%)	FGTS (8%)	Décimo (8,33%)	Férias (11,11%)
Faxineira	22,8	22,8	30,4	31,65	42,21
ASG	22,8	22,8	30,4	31,65	42,21
Total	45,6	45,6	60,8	63,3	84,42

Fonte: próprio autor; 2007.

Os encargos acima citados vão gerar um valor total mensal de R\$ 299,72 e um valor percentual de 39,44; tendo em vista o salário base de R\$ 380,00.

A tabela a seguir descreve o pró-labore, estabelecido pela diretoria, em um valor mensal de R\$ 750,00 por sócio. Onde este valor gera uma retirada anual de R\$ 18.000,00; salários estes inclusos nas despesas administrativas.

Tabela 7 – Pró-labore

Nome	Valor
Sócio 1	750,00
Sócio 2	750,00
Total mensal	1.500,00
Total anual	18.000,00

Fonte: próprio autor; 2007.

Entende-se que a empresa não possua custos variáveis, pois não necessita da compra de determinados produtos para posteriores vendas, nem de insumos para manufaturar. Por este motivo a preocupação com os custos fixos.

Custos fixos são aqueles que a empresa comercializando ou não, locando ou não terá de desembolsar, são valores necessários para a manutenção do negócio. Os custos fixos levantados pela empresa são: alimentação, água, luz, internet, TV a cabo, décimo terceiro, FGTS, férias, honorários contábeis, material de escritório, material de limpeza, funcionários, pró-labore e vale transporte.

Tabela 8 – Projeções dos Custos Fixos

discriminação	Valor	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Alimentação	R\$ 60,00	R\$ 720,00	R\$ 720,00	R\$ 720,00	R\$ 720,00	R\$ 720,00
Água	R\$ 20,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00
Luz	R\$ 35,00	R\$ 420,00	R\$ 420,00	R\$ 420,00	R\$ 420,00	R\$ 420,00
Internet	R\$ 50,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
TV a cabo	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Décimo	R\$ 63,30	R\$ 759,60	R\$ 759,60	R\$ 759,60	R\$ 759,60	R\$ 759,60
FGTS	R\$ 60,80	R\$ 729,60	R\$ 729,60	R\$ 729,60	R\$ 729,60	R\$ 729,60
Férias	R\$ 84,42	R\$ 1.013,04	R\$ 1.013,04	R\$ 1.013,04	R\$ 1.013,04	R\$ 1.013,04
Honorários cont.	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00	R\$ 4.200,00	R\$ 4.200,00	R\$ 4.200,00	R\$ 4.200,00
Mat. Escritório	R\$ 10,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Mat. De limpeza	R\$ 15,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Funcionários	R\$ 656,26	R\$ 7.875,12	R\$ 7.875,12	R\$ 7.875,12	R\$ 7.875,12	R\$ 7.875,12
Pró-labore	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00
Vale transporte	R\$ 45,60	R\$ 547,20	R\$ 547,20	R\$ 547,20	R\$ 547,20	R\$ 547,20
TOTAL	R\$ 3.050,38	R\$ 36.604,56	R\$ 36.604,56	R\$ 36.604,56	R\$ 36.064,56	R\$ 36.604,56

Fonte: próprio autor; 2007.

A depreciação de imóvel para a contabilidade fiscal, é calculada em um período de 25 anos, assim, esta taxa para cada ano é em média 4%, gerando um valor de R\$ 5.200,00 que estará incluso no Custo de Locação (DRE).

A demonstração do resultado do período, através da movimentação financeira, revela se os capitais investidos provem lucro ou prejuízo.

IUDÍCIOS, Sergio de. *Análise de Balanço* (1998, p. 50) enfatiza que:

A demonstração do resultado do exercício é um “resumo ordenado” das receitas e despesas de uma entidade em um período de um ano, onde no final pode ser lucro ou prejuízo.

O autor mostra como qual a finalidade da DRE, que é mostrar se a empresa apresentou lucro ou prejuízo.

A tabela a seguir demonstra a evolução da empresa através do D.R.E.

Tabela 9 – Demonstrações do Resultado do Exercício

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita bruta de locação	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00	50.400,00
ISS	(2.520,00)	(2.520,00)	(2.520,00)	(2.520,00)	(2.520,00)
Receita liquida de locações	47.880,00	47.880,00	47.880,00	47.880,00	47.880,00
Custo da locação	(34.802,00)	(34.802,00)	(34.802,00)	(34.802,00)	(34.802,00)
Resultado bruto	13.078,00	13.078,00	13.078,00	13.078,00	13.078,00
Despesas administrativas	(4.500,00)	(4.500,00)	(4.500,00)	(4.500,00)	(4.500,00)
Resultado antes do IR	8.578,00	8.578,00	8.578,00	8.578,00	8.578,00
Provisão par IR e cont. sociais	(3.306,72)	(3.306,72)	(3.306,72)	(3.306,72)	(3.306,72)
Resultado liquido	5.271,28	5.271,28	5.271,28	5.271,28	5.271,28

Fonte: próprio autor; 2007.

A empresa preocupada em saber o numero mínimo de quitinetes que devem estar locados para cobrir os custos operacionais calculou o ponto de equilíbrio mostrado na tabela a seguir.

Tabela 10 – Ponto de Equilíbrio

Custo fixo	3.050,38
Custo variável	0,00
Total do custo operacional	3.050,38

Valor da locação da quitinete	300,00
Custo operacional/ valor locação	10,16

Fonte: próprio autor; 2007.

O ponto de equilíbrio encontrado revela a necessidade da locação mensal de 11 quitinetes para que o negócio se mantenha ativo. O ponto de equilíbrio também pode ser encontrado para o período de um ano, definindo a quantidade mínima de quitinetes a serem locados anualmente..

O fluxo de caixa da Empresa é representada anualmente, por 5 períodos, como pode-se visualizar na tabela a seguir.

Tabela 11 – Fluxo de Caixa para Avaliação Financeira

	Ano					
	0	1	2	3	4	5
Programação de Locação	0%	100%	100%	100%	100%	100%
Fluxo de Investimento	148.780,00					265.040,00
A Investimento Fixo	143.740,00					
B Capital de Giro	5.040,00					
C Recuperação de Capital de Giro						5.040,00
D Valor Residual de Ativos						260.00,00
Fluxos de Produção		10.471,28	10.471,28	10.471,28	10.471,28	10.471,28
E Lucro Líquido		5.271,28	5.271,28	5.271,28	5.271,28	5.271,28
F Depreciação		5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00
Flúxo de Caixa	(148,780,00)	10.471,28	10.471,28	10.471,28	10.471,28	275.511,28

Fonte: Própria

A Taxa Mínima Aceitável - TMA tendo em vista a grande valorização imobiliária que atinge os novos empreendimentos na cidade de Natal e a necessidade de procura de moradia, como sendo uma constante, de acordo com pesquisa realizado no google,o mercado impõe uma taxa mínima de retorno encima do investimento de 15% ao ano.

O verdadeiro objetivo da análise do Valor Presente Liquida é comparar o valor presente de futuras oportunidades de investimento. Na teoria o valor presente de um fluxo de receitas futuro (saída e entrada) deve ser para justificar o investimento, o VPL do condomínio Rian fica em R\$18.093,08 como demonstra tabela a segue seguir.

Tabela 12 – Valor Presente Líquido do Investimento.

n	VPL
0	(148.780,00)
1	(139.674,54)
2	(131.756,75)
3	(124.871,71)
4	(118.884,72)
5	18.093,08

Fonte: Própria

A taxa de retorno encontrado no empreendimento Rian foi de 17,97% ao ano, os diretores podem analisar que a taxa de retorno encontrada é maior que a mínima aceitável, portanto os diretores devem aceitar o projeto.

O período de PAYBACK para o empreendimento a montar é de 4 anos e 9 meses, tempo este visto como compatível com a realidade do setor.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho que se encerra, explorou o estudo e desenvolvimento de um plano de negócio e viabilidade financeira para a empresa Ângela e Ricardo LTDA, nome fantasia Condomínio RIAN, empresa esta focada em locação de quitinetes com diferencial em moradias populares.

A pesquisa foi desenvolvida por meio de levantamento minucioso das necessidades dos clientes em potencial, servindo assim para traçar o perfil do nosso cliente e expor as varias caras do mercado em que o empreendimento será erguido. Constatou-se a existência de concorrentes diretos com pontos fracos a serem explorados e uma boa quantidade de fornecedores aptos a atender com prontidão as necessidades do condomínio. Constatou-se também que entre o composto de marketing o que se sobre sai é o preço, mesmo tendo que se dar atenção a alguns pontos mais esquecidos neste tipo de negócio como a introdução de TV a cabo.

Após toda análise mercadológica, considera-se que o projeto dos quitinetes é atrativo para seus sócios. O plano de Negócio mostra um retorno do investimento dentro de 4 anos e 9 meses. A taxa de retorno do investimento está atrativa, sendo o retorno melhor que esperado pelo mercado, que é de 15% ao ano, enquanto a do empreendimento apresenta 17,95% ao ano com um VPL de R\$ 18.093,08.

REFERÊNCIAS

- AGOSTINHO, de et al. **Convivencialidade**: A Expressão da Vida nas Empresas. Atlas, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Vamos abrir um novo Negócio?** São Paulo: Makron Books, 1992.
- DAFT, R. L. Teoria e Projetos das Organizações. Ed. LTC, Rio de Janeiro.1997.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luisa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócio. Ed. Rio de janeiro; Campus, 2001.
- FLEURY, AFONSO; FLEURY, Maria Teresa Leme. **Aprendizagem e Inovação Organizacional**: as experiências de Japão, Coréia e Brasil. São Paulo: Atlas, 1995.
- FRANCO, Hilário. **Estrutura, Análise e Interpretação de Balanço**. 15 ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios da Administração Financeira**. 7. ed.São Paulo; 1997.
- GROPPELLI, A.A.; EHSAN, Nikbakht. **Administração Financeira**. Trad. de Célio Knipel Moreira. 2. ed. São Paulo; Saraiva, 2002.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de Balanço**. 7 ' ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- JÚNIOR.Lemes, RIGO, CHEROBIM. **Administração financeira**, Rio de Janeiro, 2004.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implantação e controle. Trad. de Ailton Bomfim Brandão. 5. ed. São Paulo; Atlas; 1998.
- PUCCINI, Abelardo de Lima. **Matemática financeira objetiva e aplicada**. 6 ed. São Paulo: Saraíva, 2002.
- SANVICENTE, Antônio Zoratto. **Administração financeira**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1987.
- SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Demonstração financeira**. São Paulo: Atlas, 1997.
- SENGER, Peter M. **A Quinta Disciplina**: arte e pratica da organização que aprende. Rio de Janeiro: Best Seller, 2005.
- SILBIGER, Steven. **MBA em 10 Lições**. Campus, Rio de janeiro, 1995.