

## Empreendedorismo

Por João Luiz Pereira Marciano, *MSc.*

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>4</b>
<b>O QUE É UM EMPREENDEDOR?.....</b>	<b>4</b>
<b>VISÃO DO EMPREENDEDOR.....</b>	<b>6</b>
<b>FONTES DE IDÉIAS.....</b>	<b>6</b>
<b>PLANO DE NEGÓCIOS.....</b>	<b>7</b>
<b>SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>7</b>
ENUNCIADO DO PROJETO .....	7
COMPETÊNCIA DO(S) RESPONSÁVEL(EIS).....	7
PRODUTOS/SERVIÇOS E TECNOLOGIA.....	7
MERCADO POTENCIAL .....	8
ELEMENTOS DE DIFERENCIAÇÃO.....	8
PREVISÃO DE VENDAS.....	8
RESUMO DA PARTE FINANCEIRA .....	8
<b>A EMPRESA.....</b>	<b>8</b>
MISSÃO DA EMPRESA.....	8
OBJETIVOS DA EMPRESA .....	8
<i>Situação planejada desejada.....</i>	<i>8</i>
<i>Foco da empresa .....</i>	<i>9</i>
ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL.....	9
<i>Descrição legal.....</i>	<i>9</i>
<i>Estrutura funcional.....</i>	<i>9</i>
<i>Descrição da unidade de produção.....</i>	<i>9</i>
<i>Responsabilidades da equipe dirigente .....</i>	<i>9</i>
PLANO DE OPERAÇÕES.....	9
<b>PLANO DE MARKETING.....</b>	<b>9</b>
ANÁLISE DE MERCADO .....	10
ESTRATÉGIA DE MERCADO.....	10
<b>O PLANO FINANCEIRO – PARTE 1.....</b>	<b>10</b>
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS.....	10
INVESTIMENTO FIXO .....	11
CAPITAL DE GIRO INICIAL .....	11
<b>O PLANO FINANCEIRO – PARTE 2.....</b>	<b>12</b>
<b>O PLANO FINANCEIRO – PARTE 3.....</b>	<b>14</b>

<b>O PLANO FINANCEIRO – PARTE 4.....</b>	<b>15</b>
PONTO DE EQUILÍBRIO .....	15
PAYBACK PERIOD .....	16
VALOR PRESENTE LÍQUIDO – VPL.....	16
TAXA INTERNA DE RETORNO – TIR .....	16
<b>O PLANO FINANCEIRO – PARTE 5.....</b>	<b>16</b>
BALANÇO .....	16
<b>BIBLIOGRAFIA E MATERIAL CONSULTADO .....</b>	<b>17</b>

## Introdução

O termo “empreendedorismo” é uma livre tradução que se faz da palavra “*entrepreneurship*”, do inglês, que significa iniciativa, empreitada. Designa uma área de grande abrangência e trata de outros temas além da criação de empresas, tais como:

- geração do auto-emprego (trabalhador autônomo);
- empreendedorismo comunitário (como as comunidades empreendem);
- intra-empreendedorismo (o empregado empreendedor);
- políticas públicas (políticas governamentais para o setor);

Eis alguns exemplos do que seja um empreendedor:

- indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela;
- pessoa que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou de fazer propaganda dos seus produtos e/ou serviços, agregando novos valores;
- empregado que introduz inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais.

Não se considera, contudo, empreendedor uma pessoa que, por exemplo, adquira uma empresa e não introduza qualquer inovação (seja na forma de vender, de produzir, de tratar os clientes), mas somente gerencie o negócio.

Para que servem tais conceitos e definições ?

Eles são o ponto de partida dos pesquisadores para o estudo das condições que levam o empreendedor ao sucesso. É através desse entendimento que é possível ensinar-se a alguém a ser empreendedor. Por isso, o estudo do perfil de empreendedores é o tema central das pesquisas e tem sido de grande valia para a educação na área. Os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade: desempregados, imigrantes etc.). Timmons [1994] acha que “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20”.

## O que é um empreendedor?

Teóricos associam o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades de negócios. De modo geral, o perfil do empreendedor pode ser definido da seguinte forma:

- O empreendedor é um ser social, produto do meio em que habita (tempo e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente no qual ser empreendedor é algo visto positivamente, terá então motivação para suas próprias iniciativas;
- É um fenômeno regional, ou seja, existem cidades, regiões, países mais ou menos empreendedores que outros. O perfil do empreendedor (fatores do comportamento e atitudes que contribuem para o sucesso) pode variar de lugar para lugar.

No atual estágio de conhecimento, não se pode determinar com certeza se uma pessoa vai ou não ser bem sucedida como empreendedora. Além disso, não se pode garantir que as pessoas possuidoras das características tidas como essenciais ao empreendedor terão sucesso. Assim, à pergunta “quais as características empreendedoras determinantes de sucesso”, as respostas não são definitivas.

Contudo, é possível delimitar um conjunto de características que se pode associar ao sucesso (sem plenas garantias, como já se disse). Estas características são as que mais comumente se apresentam, quando se realiza enquetes com empreendedores e autores da área. Deve-se sempre fazer a ressalva de que características pessoais têm altíssima preponderância neste contexto.

As principais características dos empreendedores são:

- O empreendedor tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia;
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- Tem perseverança e tenacidade;
- Considera o fracasso como parte de seu aprendizado, encarando-o como mais um resultado;
- Tem grande energia;
- Sabe fixar metas e alcançá-las;
- Tem forte intuição;
- Tem algo grau de comprometimento; crê no que faz;
- Cria situações para obter feedback sobre o seu próprio comportamento;
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- É um “sonhador realista”; sabe utilizar “o lado direito do cérebro” (ligado à emoção);
- É um líder;
- É orientado para resultados, para o futuro, para o médio e longo prazos;
- Tece redes de relações (*networking*);
- Conhece muito em o ramo em que atua;
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- Traduz seu pensamento em ações;
- Define o que deve aprender para realizar suas visões;
- Cria um método próprio de aprendizagem;

- Tem alto grau de “internalidade” (capacidade de influenciar as pessoas com quem lida);
- Assume riscos moderados;
- Tem alta tolerância à ambigüidade e incerteza;
- Mantém um alto grau de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

## **Visão do empreendedor**

Uma idéia forma-se em contato com produtos, visões ou entidades externas. O seu aprimoramento passa por um processo contínuo de conquistas de novas relações, num ciclo no qual uma idéia aprimorada contribui para outra, etc. Este é o processo de formação da visão, no qual visões emergentes levam a novas relações, as quais, por sua vez, contribuem para aprimorar a visão inicial, e assim por diante.

Por sua vez, a visão complementar trata da gerência da empresa, da organização e controle, e das diversas atividades administrativas, financeiras, de pessoal, etc.

Nestas dinâmicas, definem-se três níveis básicos de relações:

- Primário: familiares e conhecidos; ligações em torno de mais de uma atividade;
- Secundário: ligações em torno de determinada atividade; redes de ligações;
- Terciário: cursos, livros, seminários, eventos, etc.

## **Fontes de idéias**

Muitas são as fontes nas quais os empreendedores buscam inspiração para suas iniciativas. Eis algumas:

- Negócios existentes – mesmo negócios em falência podem ser um bom início, para alguém que saiba aproveitar oportunidades;
- Franquias e patentes;
- Licença de produtos;
- Feiras e exposições;
- Empregos anteriores;
- Contatos profissionais;
- Consultoria;
- Pesquisa acadêmica;
- Observação do que se passa em volta;
- Idéias que deram certo em outros lugares;
- Experiência enquanto consumidor;
- Mudanças demográficas e sociais;
- Caos econômico, crises;

- Capacidades e habilidades individuais;
- Transformar um problema em oportunidade;
- Desenvolver, melhorar, aprimorar idéias já existentes.

## **Plano de negócios**

Uma atividade essencial ao empreendedor que deseja obter aporte financeiro para seu negócio é o adequado convencimento dos potenciais financiadores. Para este fim, elabora-se um documento descritivo do negócio que se pretende implementar, denominado Plano de Negócios. O Plano de Negócios possui várias partes, e pode variar conforme o aporte pretendido, situação de mercado e objetivos almejados. Existem empresas especializadas na elaboração de Planos de Negócios. Em geral, ele se divide em:

- Sumário executivo;
- Descrição da empresa;
- Plano de marketing;
- Plano financeiro;
- Anexos.

## **Sumário executivo**

Representa uma introdução ao Plano. Apresenta uma visão geral sobre a empresa, o empreendedor, o produto ou serviço a ser oferecido, o mercado e os elementos de diferenciação, e o que se espera do negócio sob o ponto de vista financeiro. Compõe-se de:

### **Enunciado do projeto**

Explica, em linhas gerais, sobre o que trata o Plano de Negócios. Fala-se sobre o produto ou serviço, sobre o mercado a ser atingido e sobre como se pretende estruturar a empresa.

### **Competência do(s) responsável(eis)**

Explicita-se, claramente, quem é a equipe, e qual a competência estabelecida para tocar o negócio – no caso de vários indivíduos, deve-se citar as características individuais de cada um.

### **Produtos/serviços e tecnologia**

Apresenta-se a idéia, de maneira sucinta. O leitor deverá entender a proposta e interessar-se por ela. Esta explanação, portanto, deve ser feita de modo claro e objetivo.

## **Mercado potencial**

Deve-se mostrar ao leitor que a idéia em apresentação é de fato boa e rentável, ou seja, que existe um mercado interessado por ela. Se possível, deve-se quantificar este mercado e este interesse, através de números e valores.

## **Elementos de diferenciação**

O que o produto ou serviço tem de diferente dos concorrentes? O que faria os consumidores preferi-lo aos outros?

## **Previsão de vendas**

Volumes financeiros que se pretende atingir na execução do Plano, com prazos, categorias, etc.

## **Resumo da parte financeira**

Idéia geral sobre as necessidades de financiamento, lucro líquido a ser obtido, etc. A elaboração da parte financeira do Plano, a ser vista mais adiante, dá o embasamento para a feitura deste item.

## **A empresa**

Descrição detalhada sobre o que a empresa pretende, e o que o empreendimento representa. Compreende:

### **Missão da empresa**

Descrição sucinta do que a empresa pretende realizar. Ao ser lido, deve dar a clara noção de como a empresa atua, de modo bem amplo, incluindo seus valores e seu relacionamento com o mercado.

### **Objetivos da empresa**

O que a empresa pretende. Possui dois sub-tópicos:

### Situação planejada desejada

Deve-se descrever em detalhes o que a empresa deseja, desde sua formação até o horizonte visível. Qual a fatia pretendida do mercado? Quais os planos de expansão? Prevê-se parcerias?

## Foco da empresa

Descreve-se qual o segmento do em mercado que se pretende atuar. Deve-se, ao menos no início, manter o negócio focado, ou seja, sem grandes aberturas para outros segmentos, o que pode ocasionar a realização incompleta dos objetivos.

## Estrutura organizacional e legal

Compreende:

### Descrição legal

Qual a modalidade prevista? Cooperativa, sociedade por cotas, etc? É conveniente consultar-se um advogado ou um contador, para decidir-se pela melhor alternativa.

### Estrutura funcional

É o organograma da empresa. Deve-se contemplar as quatro áreas fundamentais, sobre as quais irá se estruturar a empresa: Recursos Humanos (ou Talentos, numa terminologia mais moderna), Administração e Finanças, Produção e Marketing. No princípio, não é incomum que todas estas atividades sejam desempenhas pela mesma pessoa.

### Descrição da unidade de produção

Como funcionará a “fábrica”, se for uma unidade de produção? No caso de serviços, de que maneira eles serão vistos pelo cliente?

### Responsabilidades da equipe dirigente

“Quem faz o quê e por quê”. Dividem-se as tarefas indicadas acima pelos sócios, se for o caso, que demonstrem maior competência para atuação em cada uma delas.

## Plano de operações

Descreve-se como a empresa irá operar no dia-a-dia. Como será administrada, como venderá seus produtos, como efetuará seu controle de qualidade, como treinará a equipe (dirigente e funcional), etc.

## Plano de Marketing

Divide-se em dois grandes grupos:

## **Análise de mercado**

Deve conter estudo detalhado sobre:

- Setor de mercado, o qual determina o nicho de mercado a ser atingido;
- Oportunidades e ameaças, como concorrentes e diferencial tecnológico;
- Mercado concorrente, indicando com quem se pretende medir forças;
- Mercado fornecedor, insumos, componentes, etc.

## **Estratégia de mercado**

Estudos e indicações sobre:

- Produto ou serviço;
- Tecnologia e ciclo de vida, indicando a “durabilidade” do produto ou serviço;
- Planos de P&D;
- Preço, que varia em função dos concorrentes, interesse dos clientes, custos de produção, etc.;
- Distribuição, indicando como fazer o produto chegar às lojas e aos clientes. Venda direta? Telemarketing?
- Promoção e publicidade, baseada em amplo estudo da clientela;
- Serviços ao cliente e pós-venda. A perda de um cliente pode ocasionar um processo em cadeia que pode levar à derrocada de uma boa idéia.

## **O plano financeiro – parte 1**

Ao iniciar o planejamento financeiro de um novo negócio, é importante determinar inicialmente:

- O montante de recursos necessários para que o negócio inicie bem suas atividades e se mantenha nos primeiros tempos; pode-se denominar este montante de Investimentos Iniciais;
- Como será possível conseguir este montante.

Os investimentos iniciais dividem-se em três tópicos:

### **Despesas pré-operacionais**

São os gastos nos quais se incorrerá antes da empresa entrar em operação. Eis alguns exemplos:

- Gastos com o registro da empresa (um contador pode ajudar neste quesito);

- Gastos com o registro da marca no INPI (uma consulta àquele órgão, ou a um escritório especializado em marcas e patentes pode indicar este valor);
- Honorários de terceiros, como publicitários (desenvolvimento da marca, etc.), eventuais consultores, advogados (para a elaboração do contrato social da empresa), etc.;
- Gastos com pesquisa de mercado: questionários, telefonemas, viagens (mesmo que com carro próprio), etc.;
- Enfim, tudo o que se gastará na preparação da empresa.

### **Investimento fixo**

São os gastos com a aquisição da infra-estrutura básica para a empresa funcionar. Aqui se colocará tudo o que for necessário para que a empresa funcione, e deve-se prever até mesmo o que já se possui, mas será usado na empresa. Alguns itens são:

- O imóvel em que a empresa irá operar, se for necessário adquiri-lo;
- Reformas, ampliações e melhoramento, caso sejam necessários num imóvel já existente;
- Móveis e utensílios diversos, incluindo os de escritório, copa e cozinha, etc.;
- Linhas telefônicas, centrais de comutação, etc.;
- Computadores, infra-estrutura de redes de dados, equipamentos de escritório, etc.;
- Máquinas e utensílios de produção (pode-se pensar no caso da terceirização);
- Veículos – caso se pretenda usar o veículo próprio, o seu valor deve ser incluído aqui, por ser um investimento aplicado na empresa, e cujo valor deverá ser remunerado por ela;
- Enfim, após um exame detalhado da proposta, tudo o que for necessário para o início das operações.

### **Capital de giro inicial**

Representa o dinheiro necessário para iniciar as atividades da empresa, antes que as receitas do negócio possam suprir as suas necessidades. Alguns itens:

- Aluguel do imóvel, se for o caso; se for utilizado um cômodo da residência do empreendedor, pode-se colocar aqui o seu valor locatício – trata-se de bem a ser remunerado pela empresa;
- Salários e encargos;
- Pró-labore dos sócios;
- Honorários de um contador;
- Gastos com energia elétrica, água, telefone, acesso à Internet, etc.;
- Materiais de limpeza, expediente, etc.;
- Eventuais depreciações de equipamentos;
- Estoque inicial de produção;
- Alguma reserva para as primeiras vendas com prazo para pagamento.

É extremamente conveniente fazer a previsão do capital de giro para o período necessário para que a empresa comece a faturar. Um bom número gira em torno de três meses.

Totalizando-se os valores acima, tem-se um quadro de quanto se gastará para colocar em marcha a idéia até que ela comece a dar o necessário retorno. Também se estabelece a base para outros aspectos importantes, tais como:

- O montante de recursos que será necessário conseguir;
- Como consegui-lo;
- A parcela a ser integralizada por cada sócio, se for o caso;
- A base sólida para especificar quanto se deverá gerar de faturamento para cobrir o investimento, em um determinado, com risco e lucros aceitáveis;
- O que pode ser cortado, minimizado ou acrescentado, para que o investimento inicial seja realmente o mais correto possível.

Uma “regra de ouro” do empreendedorismo diz que, após estabelecer-se quanto se irá gastar, deve-se multiplicar o resultado por dois, para evitar surpresas desagradáveis.

## **O plano financeiro – parte 2**

O processo de apuração dos resultados permite ao empreendedor não só dimensionar o seu lucro, como também “afinar” toda a composição financeira que o gerou, permitindo, com uma boa gerência, maximizá-lo.

Em resumo, a apuração dos resultados é gerada pelo Demonstrativo dos Resultados, como se segue:

1. Receita bruta de vendas
  - (-) Deduções
2. Receita líquida de vendas
  - (-) Custo dos produtos vendidos
3. Margem de contribuição
  - (-) Despesas operacionais:
    - a) despesas administrativas;
    - b) despesas de vendas e marketing;
    - c) despesas gerais;
    - d) depreciação acumulada.
4. Resultado operacional
5. Receitas financeiras
  - (-) Juros de financiamentos
6. Resultado antes do I.R.
  - (-) Imposto de renda
7. Lucro líquido

O primeiro passo é estimar a Receita bruta de vendas, em um determinado período: um mês, por exemplo. Para estimar esta receita, o passo inicial é formar-se o preço, baseado nos custos de produção, no preço praticado pelos concorrentes, e na percepção que os clientes em potencial têm do produto (quanto o cliente está disposto a pagar pelo produto?). Depois, deve-se estimar, com a maior precisão possível, qual o volume de vendas será feito no período. Com estes dois dados, tem-se a receita bruta.

Dela, deve-se subtrair o total das Deduções, que são constituídas pelos impostos e encargos incidentes sobre a receita bruta, mais eventuais comissões do vendedores, se for o caso. Cumpre lembrar que, no Brasil, estes impostos representam uma carga apreciável sobre o resultado bruto, e devem, portanto, ser considerados cuidadosamente (incluem-se aqui PIS, IPI, COFINS, etc.). Pode-se consultar um contador para obter-se o valor exato destas deduções, em cada caso.

Desta subtração, encontra-se a Receita Líquida de Vendas.

Depois, deve-se calcular o Custo dos Produtos Vendidos, ou seja, o custo da mão-de-obra diretamente envolvida com a produção (mais encargos), bem como o custo dos materiais e componentes utilizados, além de frete, aluguel da área de produção, embalagens, etc.

Subtraindo-se da Receita Líquida de Vendas o custo dos produtos vendidos, obtém-se a Margem de Contribuição.

Agora, deve-se calcular as Despesas Operacionais, ou seja, o total de:

- Despesas administrativas: honorários de contador autônomo e eventual mão-de-obra indireta, honorários de diretoria (pró-labore), bolsas de estagiários, etc., mais os encargos. Novamente, pode-se recorrer à ajuda de um contador;
- Despesas de vendas e de marketing;
- Despesas gerais: manutenção e conservação, seguros, água, luz, telefone, acesso à Internet, material de limpeza, e alguma reserva para eventuais despesas não previstas.

Subtraindo-se o total de Despesas Operacionais (mais a eventual depreciação de equipamentos, veículos, imóveis, etc.) da Margem de Contribuição, obtém-se o Resultado Operacional.

A ele podem ser somadas Receitas Financeiras, se for o caso (frutos de investimento de capital, aplicações, etc.).

Pode ser o caso de ter-se algum juro de financiamento a pagar. Neste caso, seu valor deve ser deduzido neste ponto, chegando-se então ao Resultado Antes do Imposto de Renda.

Finalmente, subtraindo-se o percentual devido ao Imposto de Renda, chega-se ao Lucro Líquido, que, espera-se que seja de bom tamanho... Em caso negativo, deve-se voltar todo o caminho, e verificar-se o que se pode fazer quanto às despesas e custos.

### **O plano financeiro – parte 3**

O Fluxo de Caixa é um poderoso instrumento para o controle financeiro de uma empresa, a curto prazo. Ele é descrição, em um determinado período, de todas as entradas e saídas de recursos em uma empresa. Ele pode ser feito em períodos de um dia, uma semana, um mês, ou mesmo anualmente, para que se possa acompanhar o desempenho da empresa em médio prazo, ou mesmo para uma “correção de rota”, se for necessário. Assim, o Fluxo de Caixa é um instrumento de controle, mas também de planejamento.

Na verdade, é um instrumento eficaz e simples, pois é constituído pela soma de todas as entradas de recursos possíveis, no período determinado, das quais são subtraídas as saídas, apurando-se assim o saldo, que deve ser positivo.

Abaixo, estão descritos os principais itens que devem ser considerados no cálculo do Fluxo de Caixa:

1. Investimento Inicial – já comentado anteriormente, e que deve ser considerado apenas no primeiro período de operação;
2. Saldo de Caixa – é o valor que o empreendedor tem em caixa no início do período considerado;
3. Total de Entradas – valor total dos recursos que entram no caixa da empresa, no período considerado. Ele é constituído dos seguintes elementos:
  - a) Receita de vendas – valor dos recebimentos das vendas a prazo que serão recebidas no período, acrescido do valor das vendas à visto no período;
  - b) Receitas de investimentos – receitas apuradas de eventuais investimentos, a serem recebidas no período;
  - c) Empréstimos recebidos, se for o caso;
  - d) Outras Receitas – qualquer outra fonte de recursos, como vendas de bens, etc., sempre consideradas no período.
4. Total de Saídas – são todas as saídas de recursos, bem especificadas, para que o empreendedor possa avaliar com clareza em que pontos de seu negócio está sendo colocado algum montante de recursos. Alguns itens a considerar:
  - a) Despesas com produção;
  - b) Despesas com pessoal administrativo;
  - c) Despesas com autônomos;
  - d) Despesas com a diretoria;
  - e) Despesas com vendas e marketing;
  - f) Despesas gerais;
  - g) Manutenção e conservação;
  - h) Seguros;
  - i) Impostos;
  - j) Ampliações futuras;

- k) Provisão para Imposto de Renda;
  - l) Despesas Financeiras;
  - m) Depreciação – recurso não obrigatoriamente desembolsado, mas que precisa ser previsto para as necessárias trocas de equipamentos que terão que ser feitas em uma determinada época;
5. Saldo no Período – é total obtido ao se subtrair o item 4 do item 3. Será então indicado quanto sobrou (situação desejada, ao menos) ou quanto faltou para a empresa naquele determinado período. A convenção, neste caso, é que representa valores de saída de recursos ou negativos entre parênteses.
  6. Reserva de Capital – são recursos que a empresa pode decidir poupar, para eventuais necessidades, investimentos, etc.
  7. Depreciação – valor lançado aqui positivamente, com mesmo valor considerado nas “saídas”, para contrabalançar o referido lançamento;
  8. Fluxo Líquido de Caixa – é o resultado do período, indicando, naquele momento, quanto a empresa tem (ou não) de recursos. Será transportado para o início do cálculo do período subsequente, iniciando-se, assim, novo cálculo.

Ao elaborar-se um Plano de Negócios, é conveniente a apresentação do Fluxo de Caixa para os doze primeiros meses de operação (Ano I), seguido pelo mesmo fluxo do Ano II ao Ano V. Assim, tem-se dados muito importantes para a verificação da viabilidade da empresa, bem como acumula-se informações fundamentais para a análise do investimento. Existem softwares especializado para auxiliar nestas atividades.

## **O Plano financeiro – parte 4**

Sempre que se aplica algum recurso financeiro em um negócio, deve-se verificar se este negócio é rentável ou não. Mais ainda: se a rentabilidade é suficiente, na opinião do investidor, para compensar os riscos e o trabalho que o empreendimento implicará. Dentro deste raciocínio, a rentabilidade deverá ser sempre superior a alguma boa aplicação financeira, pois, senão, seria melhor deixar o dinheiro aplicado, com risco mínimo (em alguns casos), e rentabilidade garantida. É este o tipo de cálculo que deve ser feito na Análise de Investimento, tratada por alguns parâmetros descritos a seguir.

### **Ponto de equilíbrio**

Também chamado “*break-even point*”, permite determinar o ponto do faturamento da empresa que cobre exatamente os seus custos operacionais. No ponto de equilíbrio, não há lucro nem prejuízo: o que se fatura cobre apenas as despesas. Acima dele, há lucro. Abaixo, prejuízo.

Ele pode ser calculado dividindo-se o Custo Fixo pela Margem de Contribuição, e permite determinar qual a produção que deve ser desenvolvida para cobrir os seus custos. Por exemplo, caso os custos fixos mensais sejam de R\$10.000,00 e o produto seja vendido por R\$200,00 o ponto de equilíbrio será alcançado com a venda de 50 unidades/mês.

## **Payback period**

É o período de recuperação do investimento, ou seja, o tempo que o investidor levará para recuperar seu investimento. Por exemplo, se o *Payback Period* de um novo negócio for de seis meses, isto significa que, ao término deste período, o investidor terá de volta todo o investimento aplicado. Este parâmetro não é muito preciso, pois em seu cálculo não são levados em conta muitos dos eventos que podem ocorrer ao longo do tempo, mas é útil para prever-se se o negócio é bom ou não – afinal, quanto maior o prazo necessário para o retorno, maior o risco envolvido.

## **Valor presente líquido – VPL**

É um parâmetro que mostra se o investimento é atrativo ou não. Suponha-se o seguinte caso: deve-se aplicar no empreendimento o valor de R\$10.000,00, ao longo de cinco anos, e deseja-se receber ao menos 15% ao ano. Isto renderia, ao final dos cinco anos, R\$20.113,57. O VPL, calculado a partir do fluxo de caixa, pegaria o resultado ao final dos cinco anos e faria o cálculo “ao contrário”, ou seja, traria o valor obtido para a data atual, na taxa prevista, subtraindo o valor inicial. Assim, caso o resultado obtido fosse zero, os objetivos teriam sido precisamente alcançados; caso fosse positivo, melhor ainda. Porém, se for negativo, significa que o rendimento de 15% ao ano não seria alcançado.

## **Taxa interna de retorno – TIR**

É um cálculo semelhante, mas igualando o VPL ao investimento inicial. Assim, a variável a determinar é a taxa, que, se for igual ou maior que a desejada pelo investidor, sinaliza um bom negócio. A TIR pode ser calculada, com os dados do fluxo de caixa, com o auxílio de uma calculadora financeira.

Tanto o VPL como a TIR são considerados ótimos parâmetros para a análise de investimentos, já que levam em consideração o desempenho, o mais real possível, da empresa ao longo do tempo. No entanto, o cálculo de ambos é trabalhoso, para ser feito manualmente, devendo-se usar calculadoras ou softwares especializados para tanto.

## **O Plano financeiro – parte 5**

### **Balanço**

Sucintamente, o Balanço é uma “fotografia” da empresa em um determinado instante; ele apresenta o resultado final da operação em uma determinada data. Os balanços são realizados em períodos determinados, sendo muito comum o balanço anual, sempre realizado ao final do ano, normalmente mostrando a situação da empresa no dia 31 de dezembro.

O balanço sempre se organiza em duas colunas, sendo que a soma dos valores de ambas deve ser igual. Estas duas colunas são: o Ativo, do qual constam os bens e direitos

da empresa, e o Passivo, constituído basicamente dos recursos de terceiros (salários, por exemplo), e pelo patrimônio líquido, que são os recursos dos acionistas, sócios, lucros ou prejuízos acumulados, etc. A idéia é de que o Ativo financia o Passivo, daí a igualdade entre os seus valores. A compensação (diferença) entre as duas colunas demonstra o lucro ou prejuízo.

Normalmente, os valores estão agrupados em ordem decrescente de liquidez, ou seja, pela facilidade de se transformar um bem em dinheiro.

Assim, na coluna do Ativo devem ser representados:

- O Ativo circulante;
- Dinheiro em caixa;
- Bancos;
- Títulos a receber a curto prazo;
- O Ativo realizável a longo prazo;
- O Ativo permanente;
- O Imobilizado, como equipamentos, veículos, depreciação acumulada, imóveis, etc.

Na coluna do Passivo devem constar:

- O Passivo circulante;
- Salários e encargos a pagar, impostos, fornecedores, contas a pagar, bem como as demais obrigações existentes;
- O exigível a longo prazo, ou seja, os títulos a pagar a longo prazo;
- O Patrimônio Líquido, ou seja, o Capital Social, o capital a integralizar, se for o caso, e os lucros ou prejuízos acumulados.

Esta é, naturalmente, uma visão muito sucinta de um balanço. A consulta a um contador permitirá um entendimento mais amplo deste importante instrumento de análise financeira.

## **Bibliografia e material consultado**

Inatel – Instituto Nacional de Telecomunicações. Núcleo de Empreendedorismo.