



PLANO DE NEGÓCIO: AUTO POSTO SANTA MARIA

BICKEL, Andressa Caroline¹
JUNIOR, Daniel Coser Sanches²
SANTOS, Dyonatha Guimaraes dos³
CUNICO, Eliana⁴
adressabickelcarol@hotmail.com

RESUMO

O presente trabalho é um estudo de viabilidade para a implantação de um posto de combustível e conveniência, e tem por objetivo a verificação qualitativa dos riscos existentes nos postos, para isso usou da ferramenta do plano de negócios. Partindo da observação de uma lacuna no comércio de posto de combustíveis e conveniência, o trabalho baseia-se em três etapas. Em primeiro lugar, foi feito um levantamento da procura desse tipo de comércio na cidade e a identificação da empresa. Então, foi realizada uma pesquisa de mercado, a fim de identificar as oportunidades e o perfil do consumidor que irá frequentar o posto, bem como o desenvolvimento do plano de negócios propriamente dito. Por fim, o parecer final que o plano de negócios confere à empresa através de seus diversos pontos abordados. Sendo assim, acredita-se que o estudo detalhado das ferramentas e variáveis que fazem parte do plano é necessário para a abertura de qualquer empresa reduzindo assim os riscos do negócio.

Palavras-chave: Negócio. Comércio. Viabilidade.

¹ Acadêmico (a) Centro Universitário FAG

² Acadêmico (a) Centro Universitário FAG

³ Acadêmico (a) Centro Universitário FAG

⁴ Docente Centro Universitário FAG - ORIENTADOR (A)

INTRODUÇÃO

O estabelecimento comercial denominado posto de combustíveis está relacionado à conveniência e mobilidade. Com a possibilidade de transporte da população, especialmente com o desenvolvimento e expansão dos veículos para transporte pessoal, a frequência a um posto de combustível passou a ser uma atividade essencial na vida das pessoas.

Problema: Qual a viabilidade de implantação de um posto de combustível e uma loja de conveniência no município de Toledo? Objetivo Geral: Analisar a viabilidade técnica, econômica e financeira para implantação de um posto de combustível e uma loja de conveniência. Objetivos específicos: Verificar quais as licenças necessárias para liberação do negócio. Identificar o perfil e quantidade da demanda para o referido negócio. Estabelecer o capital do investimento inicial. Verificar se o projeto atenderá o retorno esperado.

O posto de combustível será implantado em um local estratégico, onde dará acesso aos clientes a uma das principais avenidas da cidade. O negócio trará novidades para o mercado, tais como disk gasolina, sendo que um funcionário será responsável pela parte de logística e entrega dessa gasolina. O estabelecimento atenderá durante às 24 horas do dia e para efetuar o pagamento, optou-se pelo cartão de crédito à vista. Haverá um espaço para terceirização dos serviços de lava car, que usará um sistema de reutilização de água para a lavagem do posto, e usada na lavagem dos automóveis – selo verde. Nesse espaço também será disponibilizada uma loja de conveniência com ampla estrutura.

A loja de conveniência conta 227 produtos, e atenderá os seus clientes no mesmo horário e com ampla variedade de produtos, com ambiente climatizado e será disponibilizado um espaço para a realização de coffee break. Haverá um espaço externo com telão para assistir futebol e fazer o seu happy hour. Dos produtos e serviços, utilizou-se a projeção de demanda de um negócio já existente. A localização do posto de combustível e conveniência será na Avenida Parigot de Souza, bairro Santa Maria na cidade de Toledo no Paraná.

Nosso fornecedor de combustível é a bandeira Ipiranga. E da conveniência os distribuidores são da cidade de Toledo, no ramo das bebidas, a Kailer Bebidas e Cobezal Comércio de Bebidas, e dos demais produtos, serão os próprios representantes das marcas.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO METODOLÓGICA

O marketing é um conjunto de tarefas que tem a função de compreender e atender as necessidades dos clientes.

De acordo com Kwasnicka (1995, p.124) “Do ponto de vista tradicional, marketing é o desempenho das atividades empresariais que dirigem o fluxo de mercadorias e serviços do produto para o consumidor final”.

Esses ativos são na visão de um contador os bens e direitos que podem ser convertidos em dinheiro num prazo curto.

Conforme Sanvicente (1977, p.120) "Dentre as aplicações de fundos por uma empresa, uma parcela ponderável destina-se ao que, alternativamente, podemos chamar de ativos correntes, ativos circulantes, ou capital de giro [...]”.

O custo das mercadorias vendidas é no âmbito de produção, é a somatória dos custos envolvidos para gerar um produto ou desenvolver um serviço, tais como transporte de produtos ou mercadorias, armazenamento entre outros.

Nesse sentido, Braga (1989, p. 180) corrobora ao afirmar que: "Nas empresas comerciais, além de algumas das despesas acima citadas, temos o custo das mercadorias vendidas".

Impostos são obrigações para pessoas físicas e jurídicas, essa contribuição tem o objetivo de custear a saúde, educação, segurança, saneamento básico, entre outros direitos dos serviços públicos e coletivos.

Oliveira (2009, p.155) quando ele diz: “afirmando que é sempre um pagamento compulsório em moeda, forma normal de extinção da obrigação tributária”.

Os impostos assumem outro aspecto em relação às taxas e contribuições de melhorias, pois o mesmo é um tributo não vinculado tal que é devido independente de qualquer contraprestação do estado.

Nesse sentido, Fabretti (2009, p.105) acrescenta: “É aquele que, uma vez instituído por lei, é devido, independentemente de qualquer atividade estatal em relação ao contribuinte. Portanto, não está vinculado a nenhuma prestação específica do Estado ao sujeito passivo”.

Esta demonstração de fluxo contábil funciona como uma previsão para o período que cada empresa define, com intenção de chegar o mais perto possível das entradas e saídas de dinheiro.

Segundo Gitman (2010, p.60) "O orçamento de caixa é uma demonstração prevista das entradas e saídas de caixa da empresa. Isso serve para estimar as necessidades de caixa no curto prazo, dando especial atenção ao planejamento de superávits e déficits de caixa [...]".

A análise da curva ABC tem a finalidade de separar os produtos mais vendidos dos que tem menos saída, assim o gestor saberá quais são os produtos que causam maior impacto nas vendas.

De acordo com Martins (2002, p.162)

[...] essa análise consiste na verificação, em certo espaço de tempo (normalmente 6 meses ou 1 ano), do consumo, em valor monetário ou quantidade, dos itens de estoque, para que eles possam ser classificados em ordem decrescente de importância.

Valor presente líquido se trata de um método matemático-financeiro, para obtenção de prestações futuras já descontadas a uma taxa de juros, menos o custo do investimento inicial.

De acordo com Gitman (2002 p.329) “Valor presente líquido (VPL) é uma técnica sofisticada de análise de orçamento de capital, obtida subtraindo o investimento inicial de um projeto do valor presente das entradas de caixa, descontadas a uma taxa igual ao custo de capital da empresa”.

A taxa interna de retorno é expressa em percentual e sua função é demonstrar o quanto ira render determinado investimento.

Segundo Leite (1994, p.336) “A taxa interna de retorno tem sido considerada há muito tempo como o método fundamental para a seleção de propostas alternativas de investimentos”.

A taxa interna de retorno é um método utilizado para calcular a taxa de desconto de um fluxo de caixa para ao final, igualar o mesmo à zero.

Segundo Leite (1994, p.336) “A taxa interna de retorno corresponde à taxa de lucratividade esperada dos projetos de investimento (...)”.

A mesma utiliza a periodicidade usada no decorrer do fluxo de caixa do projeto, com a finalidade de evitar falhas.

Conforme Kassai (2005, p.220) “É uma nova versão da taxa interna de retorno convencional e procura corrigir seus problemas estruturais”.

O método valor anual uniforme equivalente, pode ser utilizado para converter o desembolso de um fluxo de caixa e os seus benefícios no custo anual uniforme equivalente.

Segundo Kassai (2005, p. 85). “Este método consiste em obter um valor médio periódico dos fluxos de caixa positivo e compará-lo com o valor médio dos fluxos de caixa negativos”.

O método payback da ao investidor a resposta de quando tempo o seu dinheiro investido no projeto lhe dará o retorno, que se torna uma ferramenta de muito importância para o investidor.

Leite afirma (1994, p.333) “Segundo este método de análise de investimento, o projeto escolhido entre as alternativas disponíveis será aquele que proporciona a recuperação mais rápida dos recursos desembolsados para a sua implementação (...)”.

O índice de lucratividade usa para se desenvolvimento o valor atual líquido do investimento e o valor inicial do investimento para ao fim chegar a uma taxa de desconto.

Braga diz (1989, p.287) “O índice de lucratividade fornece uma medida do retorno esperado por unidade monetária investida”.

Uma maneira muito importante no processo de calcular quantos a empresa ganhou ou perdeu em relação ao que investiu é usando o ROI.

Segundo Gitman (2002, p.123) “Mede a eficiência da administração na geração de lucros com seus ativos totais, também chamada de retorno sobre o investimento”.

Uma maneira de poder medir o processo para assim obter lucros em seus ativos disponíveis pela empresa.

Segundo Gitman (2002, p.123) “Mede a eficiência global da administração na geração de lucros com seus ativos disponíveis”.

O retorno sobre ativo é um indicador de extrema importância, pois é ele que apresenta se a empresa é rentável em relação ao seu total do ativos.

Segundo Kassai (2005, p.181) “O ROA é uma medida que quantifica o resultado operacional produzido pela empresa em suas atividades operacionais, ou seja, antes das receitas e despesas financeiras”.

O ROA fornece uma visão de quão eficiente é a gestão da empresa na utilização de seus ativos para com isso gerar ganhos.

Segundo Gitman (2010, p.60) “Mede a eficácia geral da administração na geração de lucros a partir dos ativos disponíveis”.

Para se obter um sucesso no seu empreendimento, é necessário analisar o seu investimento, para que se possa saber o seu retorno esperado.

De acordo com Kassai (2005, p.179). “O ROI é uma medida que quantifica o retorno produzido pelas decisões de investimento e avalia a atratividade econômica do empreendimento”.

Para que a empresa não produza muito ou pouco, é muito importante ela se posicionar dentro do ponto de equilíbrio, para que não tenha prejuízo em sua produção ou em sua venda, sendo assim um fator de extrema importância para as vendas.

Segundo Hoji (1994, p.316) “No ponto de equilíbrio a empresa está produzindo a quantidade de produtos suficiente para cobrir, além os CDVs, os CDFs, ou seja, os custos e despesas totais”.

A análise de custo volume lucro é uma ferramenta que indica o ponto de lucratividade, mostra os lucros obtidos nas vendas da empresa.

Segundo Gitman (2010, p.469) “Usada para indicar o nível de operação necessário para cobrir todos os custos e para avaliar a lucratividade associada aos vários níveis de vendas; é também conhecida como análise de custo volume lucro”.

O GAO pode ser chamado de medida de risco operacional, pois ele tem uma visão sobre as vendas e da produção assim pode se ter uma ideia de quantos vai ser necessário vender e produzir.

De acordo com o que Gitman (2002, p. 424) diz “O grau de alavancagem operacional (GAO) é a medida numérica da alavancagem operacional da empresa”.

O GAO é uma medida da variação do lucro a uma dada variação das vendas, com isso o grau de alavancagem operacional precisa ser superior a 1 para que possa existir uma alavancagem operacional.

Segundo Gitman (2002), sempre que a variação percentual no LAJIR, resultante de uma determinada variação no percentual de vendas, for maior que a variação percentual em vendas, existe a alavancagem operacional. Isso significa que se o GAO for superior a 1, existe alavancagem operacional.

O Grau de alavancagem financeira refere-se ao montante da dívida na estrutura de capital da empresa para que sejam comprados mais ativos.

Segundo Gitman (2002, p. 427) “O grau de alavancagem financeira (GAF) é a medida numérica da alavancagem financeira da empresa”.

O GAF é uma ferramenta que com os preços de vendas e custos operacionais é possível obter um determinado valor para o LAJIR. Para que o GAF em seu papel dentro do setor financeiro possa chegar no ponto de ter uma alavancagem financeira ele precisa ser superior a 1.

Segundo Gitman (2002), sempre que a variação percentual no LPA resultante de uma dada variação no LAJIR for maior que a variação percentual no LAJIR, verifica-se a existência de alavancagem financeira, assim sempre que o GAF for superior a 1, há alavancagem financeira.

A alavancagem total pode ser considerada com o impacto total dos custos fixos na estrutura operacional e financeira da empresa.

Para Gitman (2002, p. 428), “O grau de alavancagem total (GAT) é a medida numérica da alavancagem total da empresa”.

A alavancagem total pode, portanto, ser vista como o impacto total dos custos presentes na estrutura operacional e financeira da empresa.

Gitman (2002), acrescenta ainda que sempre que a variação percentual no LPA resultante de uma dada variação percentual nas vendas for maior do que a variação percentual nas vendas, existirá alavancagem total. Isso significa dizer que se o GAT for superior a 1, haverá alavancagem total.

2 RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com estudos realizados custos variados que dizem respeito às vendas ou produção, como por exemplo, o consumo de matéria prima e matérias para a produção, materiais de embalagens, fretes, comissão sobre vendas, impostos e contribuições calculados sobre o faturamento, entre outras. Abordando os custos fixos que independente da variação relacionada à produção ou vendas, os custos fixos permanecem os mesmos. Alguns exemplos são os salários, encargos sociais e folha de pagamento dos funcionários de todas as áreas da organização. Levando todos esses custos em consideração, tem a preocupação se as entradas vão suprir os custos, nessa hora o capital de giro é fundamental, pois ele refere-se ao capital de trabalho, é a quantia destinada a dar sequência nas operações da organização, recursos para financiamento aos clientes, para o estoque e pagamento aos fornecedores, mesmo que a empresa não tenha gerado receita. Portanto, o capital de giro é um valor que a empresa tem como garantia para cobrir seus custos fixos mesmo não tendo dinheiro. Conforme Sanvicente (1977, p.120) "Dentre as aplicações de fundos por uma empresa, uma parcela ponderável destina-se ao que, alternativamente, podemos chamar de ativos correntes, ativos circulantes, ou capital de giro [...]". O capital de giro da empresa ficou definido em R\$450.000,00 pelo fato que haverá custo muito alto logo nos primeiros meses e não ter o retorno para cobrir as dívidas.

Através de pesquisas que foram realizadas, o local escolhido seria adequado, pois existe um fluxo relativamente elevado de veículos, fica próxima a duas Universidades, próxima de umas das maiores indústrias farmacêuticas do Brasil é um bairro que está em processo de crescimento por conta de um novo empreendimento que será inaugurado nas imediações.

Em um raio de 5 km aproximadamente com auxílio do Google Maps encontrou-se 15 concorrentes, que são: Lavauto com 837m de distancia; Sonir 2,30km; Transyara 1,20km; Petrobrás 2,71km; Panambi 2,09km; Ecke 2,70km; Kavy 2,77km; Tolecema 3,13km; Copauto 3,57km; Guaíra 3,80km; Senador 5,08km; Avenida 2,45km; Blindagem 3,83km; Stop 4,21km; Muraro 4,50km.

Como o posto vai ficar aberto 24h, vamos contar com o apoio de 15 funcionários, fora os sócios. Que serão divididos em nove no período da tarde e

cinco no período da noite e mais um zelador que terá sua jornada de trabalho no horário comercial.

A divulgação da empresa é muito importante, principalmente no início do empreendimento, para gerar a demanda, e tornar o empreendimento conhecido para a população regional. “Do ponto de vista tradicional, marketing é o desempenho das atividades empresariais que dirigem o fluxo de mercadorias e serviços do produto para o consumidor final {...}” (KWASNICKA, 1995, p.124).

Os investimentos em infraestrutura, moveis, veículos, capital de giro, marketing e taxa de abertura, somados geram um montante no valor de R\$ 893.944,99 em investimento total. Nesse sentido, Braga (1989, p. 180) corrobora ao afirmar que: "Nas empresas comerciais, além de algumas das despesas acima citadas, temos o custo das mercadorias vendidas". Os custos variáveis que são combustível do veículo da empresa, conveniência, gasolina, etanol diesel s10, geram um montante de R\$558.050,00. Segundo Braga (1989, p.180), custos fixos são "Despesas de depreciação calculada linearmente, despesas financeiras, contraprestações de contratos de leasing, aluguéis, imposto predial, iluminação, materiais de escritório etc". Custos fixos, que são água, luz, internet, aluguel, folha de pagamento, seguro da motocicleta, juntos geram um montante no valor de R\$59.034,58. As despesas administrativas são as despesas com escritório de contabilidade, manutenção da motocicleta e equipamentos, materiais de uso e consumo geram um montante de R\$5.250,00. No que se refere a tributos, concorda-se com Oliveira (2009, p.155) quando ele diz: “afirmando que é sempre um pagamento compulsório em moeda, forma normal de extinção da obrigação tributária.” As despesas com impostos da conveniência e do combustível, calculando PIS, COFINS, IRPJ, CSLL e ICMS, geram um montante anual no valor de R\$ 131.446,36. Nesse sentido, Fabretti (2009, p.105) acrescenta: “É aquele que, uma vez instituído por lei, é devido, independentemente de qualquer atividade estatal em relação ao contribuinte. Portanto, não está vinculado a nenhuma prestação específica do Estado ao sujeito passivo”.

O orçamento de caixa é essencial para o planejamento organizacional, tanto de curto como a longo prazo. Com este instrumento, a gerência consegue ter uma previsão do fluxo de entradas e saídas da empresa. Segundo Gitman (2010, p.60)

"O orçamento de caixa é uma demonstração prevista das entradas e saídas de caixa da empresa. Isso serve para estimar as necessidades de caixa no curto prazo, dando especial atenção ao planejamento de superávits e déficits de caixa [...]". O orçamento de caixa foi desenvolvido mensal, eis que o valor anual realizando a somatória dos doze meses gera um montante no valor de -R\$ 365.909,53 de saldo em caixa, após utilizar esse valor e acrescentar o saldo inicial de caixa temos R\$ 1.930.632,89 em saldo final de caixa.

Este demonstrativo apresenta a situação financeira da organização em determinado período. Ela apresenta com clareza as entradas e saídas, em qualquer aplicação ou conta bancária que a organização tenha liquidez imediata. Para Kassai (1998, p.62) "Os métodos quantitativos são aplicados com base em fluxo operacionais líquidos de caixa e seu dimensionamento é considerado como aspecto mais importante da decisão [...]". O fluxo de caixa líquido do negócio realizando a somatória dos doze meses fecha em negativo, no valor de -R\$ 206.112,38, os últimos quatro meses apresentam resultados positivos, é o momento em que as operações começam a gerar parte do resultado esperado.

Desenvolveu-se o método de análise da curva ABC, onde se separou os 227 produtos disponíveis em três grupos, o grupo A corresponde a 80%, B 15% C 5%.

De acordo com Martins (2002, p.162)

[...] essa análise consiste na verificação, em certo espaço de tempo (normalmente 6 meses ou 1 ano), do consumo, em valor monetário ou quantidade, dos itens de estoque, para que eles possam ser classificados em ordem decrescente de importância.

No grupo A temos, cervejas, água de coco, refrigerantes, sucos naturais, balas, águas, gelo potável, cigarros, salgadinhos, chocolates avulsos. No grupo B, algumas marcas de cerveja, água sem gás, carvão, salgadinhos, chocolates avulsos, cigarros, achocolatados, sucos naturais, fósforo, pilhas alcalinas. No grupo C, cigarros, chocolates avulsos, refrigerantes de 2 litros, energéticos, destilados, ervas de chimarrão e tereré, detergente, pilhas alcalinas, preservativos, pacotes de açúcar, balas e alguns salgados.

Em relação às disponibilidades financeiras, a taxa mínima de atratividade (TMA) é uma taxa de juros que representa o mínimo que um investidor se propõe a

ganhar quando faz um investimento, ou o máximo que uma pessoa se propõe a pagar quando faz um financiamento. Para o desenvolvimento deste plano de negócios, utilizamos a T.M.A de 11,25% ao ano, mas para o desenvolvimento dos cálculos passamos ela mensal, que ficou T.M.A de 0,89% ao mês.

O valor presente líquido (VPL) é um método que consiste em trazer para a data zero todos os fluxos de caixa de um projeto de investimento e somá-los ao valor do investimento inicial, usando como taxa de desconto a taxa mínima de atratividade (TMA) da empresa. De acordo com Gitman (2002 p.329) “Valor presente líquido (VPL) é uma técnica sofisticada de análise de orçamento de capital, obtida subtraindo o investimento inicial de um projeto do valor presente das entradas de caixa, descontadas a uma taxa igual ao custo de capital da empresa”.

Tabela 1 - Valor presente líquido (VPL)

0	-R\$ 890.000,00
1	-R\$ 106.734,58
2	-R\$ 10.825,58
3	R\$ 23.359,42
4	R\$ 22.717,69
5	R\$ 24.352,91
6	R\$ 27.934,10
7	R\$ 29.078,34
8	R\$ 29.198,30
9	R\$ 40.147,04
10	R\$ 43.291,99
11	R\$ 48.690,82
12	R\$ 52.092,08
13	R\$ 52.092,08
14	R\$ 52.092,08
15	R\$ 52.092,08
16	R\$ 52.092,08
17	R\$ 52.092,08
18	R\$ 52.092,08
19	R\$ 52.092,08
20	R\$ 52.092,08
21	R\$ 52.092,08
22	R\$ 52.092,08
23	R\$ 52.092,08
24	R\$ 52.092,08
25	R\$ 52.092,08

26	R\$ 52.092,08
27	R\$ 52.092,08
28	R\$ 52.092,08
29	R\$ 52.092,08

fonte: Tabela elaborada pelos acadêmicos no Microsoft Excel.

A TIR A Taxa Interna de Retorno é um método muito utilizado na análise de viabilidade econômica de projetos de investimentos devido à facilidade de interpretar o seu resultado, um percentual de rentabilidade do projeto que está sendo analisado. Segundo Leite (1994, p.336), “A taxa interna de retorno tem sido considerada há muito tempo como o método fundamental para a seleção de propostas alternativas de investimentos”. A taxa interna de retorno modificada (MTIR) é uma forma alternada da taxa que procura corrigir problemas relacionados à diferença de taxas reais de financiamento dos investimentos e de aplicação de caixa excedente, existente no cálculo da TIR. Em outras palavras é uma modificação da TIR, um método de corrigir os erros da TIR, que traz os fluxos de caixa negativos para o valor presente e leva os fluxos de caixa positivos para valor futuro, resultando em um novo fluxo de caixa, eliminando alguns problemas da TIR. A taxa deste projeto é de 9,21%. Para chegar a este resultado, utilizou os fluxos, a taxa mínima de atratividade e a taxa interna de retorno. Conforme Kassai (2005, p.220) “É uma nova versão da taxa interna de retorno convencional e procura corrigir seus problemas estruturais”. O valor anual uniforme equivalente (VAUE) é um método que procura encontrar uma série anual uniforme equivalente de um fluxo de caixa do investimento, considerando uma dada taxa mínima de atratividade. Esse método pode ser utilizado também para converter o desembolso de um fluxo de caixa e os seus benefícios no custo anual uniforme equivalente. Segundo Kassai (2005, p. 85) “Este método consiste em obter um valor médio periódico dos fluxos de caixa positivo e compará-lo com o valor médio dos fluxos de caixa negativos”.

O valor atual uniforme do projeto é de R\$215,10. Para chegar a este resultado foi necessário usar a TMA (0,89% a.m), o número de períodos (29), e o VPL (R\$5.474.73).

Payback é uma estratégia usada nas empresas para calcular o período de retorno de investimento de um projeto, sendo o tempo de retorno do investimento inicial, até o momento em que o ganho acumulado se iguala ao valor deste

investimento, esse período pode ser medido em meses ou anos. Leite afirma (1994, p.333) “Segundo este método de análise de investimento, o projeto escolhido entre as alternativas disponíveis será aquele que proporciona a recuperação mais rápida dos recursos desembolsados para a sua implementação (...)”.

A tabela 2 apresenta o payback descontado e o valor presente, e através dessas informações é possível obter o tempo em que o projeto vai levar para se pagar. A partir do momento em que se obtém um saldo positivo é possível fazer a conta para saber o período necessário, que foi em dois anos o valor de - R\$41.592,50, que foi o último valor negativo, por isso é utilizado este valor para o desenvolvimento do cálculo. Para descobrir os meses e dias, é necessário fazer esta conta: $(-R\$41.592,50 / R\$41.716,74 = -R\$29,91)$, aproximadamente um mês. O projeto irá se pagar em dois anos e um mês.

Tabela 2 - Payback descontado e Valor presente.

0	-R\$ 890.000,00	VP - VALOR PRESENTE	SALDO
1	-R\$ 106.734,58	-R\$ 105.790,50	-R\$ 996.734,58
2	-R\$ 10.825,58	-R\$ 10.634,92	-R\$ 1.007.560,15
3	R\$ 23.359,42	R\$ 22.745,04	-R\$ 984.200,73
4	R\$ 22.717,69	R\$ 21.924,54	-R\$ 961.483,03
5	R\$ 24.352,91	R\$ 23.294,78	-R\$ 937.130,12
6	R\$ 27.934,10	R\$ 26.484,02	-R\$ 909.196,02
7	R\$ 29.078,34	R\$ 27.325,02	-R\$ 880.117,68
8	R\$ 29.198,30	R\$ 27.195,05	-R\$ 850.919,38
9	R\$ 40.147,04	R\$ 37.061,88	-R\$ 810.772,35
10	R\$ 43.291,99	R\$ 39.611,66	-R\$ 767.480,36
11	R\$ 48.690,82	R\$ 44.157,46	-R\$ 718.789,54
12	R\$ 52.092,08	R\$ 46.824,19	-R\$ 666.697,46
13	R\$ 52.092,08	R\$ 46.410,03	-R\$ 614.605,38
14	R\$ 52.092,08	R\$ 45.999,53	-R\$ 562.513,30
15	R\$ 52.092,08	R\$ 45.592,66	-R\$ 510.421,22
16	R\$ 52.092,08	R\$ 45.189,39	-R\$ 458.329,14
17	R\$ 52.092,08	R\$ 44.789,68	-R\$ 406.237,06
18	R\$ 52.092,08	R\$ 44.393,52	-R\$ 354.144,98
19	R\$ 52.092,08	R\$ 44.000,85	-R\$ 302.052,90
20	R\$ 52.092,08	R\$ 43.611,66	-R\$ 249.960,82
21	R\$ 52.092,08	R\$ 43.225,91	-R\$ 197.868,74
22	R\$ 52.092,08	R\$ 42.843,58	-R\$ 145.776,66
23	R\$ 52.092,08	R\$ 42.464,62	-R\$ 93.684,58
24	R\$ 52.092,08	R\$ 42.089,02	-R\$ 41.592,50 (dois anos)

25	R\$ 52.092,08	R\$ 41.716,74	-R\$ 29,91 (um mês)
26	R\$ 52.092,08	R\$ 41.347,75	
27	R\$ 52.092,08	R\$ 40.982,03	
28	R\$ 52.092,08	R\$ 40.619,54	
29	R\$ 52.092,08	R\$ 40.260,26	

fonte: Tabela elaborada pelos acadêmicos no Microsoft Excel.

Os índices de lucratividade relacionam o lucro da DRE com a receita de venda. Os indicadores de lucratividade, também chamados de índices de margem, podem ser obtidos pela análise vertical da DRE. “O índice de lucratividade fornece uma medida do retorno esperado por unidade monetária investida.” (BRAGA, 1989, p.287). Ou seja, para cada R\$1,00 investido, o projeto gera R\$1,17 de lucratividade, para chegar a este valor é necessário fazer a soma do período 2 até o 29 correspondente ao valor presente da tabela 2, após a soma, dividir pelo investimento inicial negativo, e assim chegamos ao índice de lucratividade de R\$1,17.

O Retorno sobre o patrimônio líquido ROE, é um indicador que mede a capacidade de agregar valor de uma empresa a partir de seus próprios recursos e do dinheiro de investidores. Esse é o retorno total do lucro líquido medido como porcentagem do patrimônio líquido dos acionistas, o ROE mensura a rentabilidade de uma corporação ao revelar o quanto de lucro a companhia gera com o dinheiro investido pelos acionistas. “Mede a eficiência da administração na geração de lucros com seus ativos totais, também chamada de retorno sobre o investimento” (GITMAN, 2002, p.123).

A taxa de retorno sobre o ativo total (ROA) nada mais é que um indicador financeiro que demonstra a capacidade dos ativos da empresa em gerar resultados. “Mede a eficiência global da administração na geração de lucros com seus ativos disponíveis” (GITMAN, 2002, p.123).

O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, já que mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos. Ele indica em que momento, a partir das projeções de venda do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos. “No ponto de equilíbrio a empresa está produzindo a quantidade de produtos suficiente para cobrir, além os CDVs, os CDFs, ou seja, os custos e despesas totais” (HOJI, 1994, p.316).

Para o desenvolvimento deste cálculo utilizou-se a seguinte fórmula: $P.E = \frac{\text{Custo fixo}}{\text{Receita total} - \text{Custo variável total}}$ chegou-se a Ponto de equilíbrio = 0,28. “Usada para indicar o nível de operação necessário para cobrir todos os custos e para avaliar a lucratividade associada aos vários níveis de vendas; é também conhecida como análise de custo volume lucro” (GITMAN, 2010, p.469).

O grau de alavancagem operacional mede a sensibilidade a variações no LAJIR em relação a variações em vendas. De acordo com o que Gitman (2002, p. 424) diz “O grau de alavancagem operacional (GAO) é a medida numérica da alavancagem operacional da empresa”.

Esse método pode ser calculado dentro de uma empresa da seguinte maneira; um cálculo fornecerá uma estimativa pontual, enquanto o outro, uma estimativa de intervalo. E outro ponto fundamental é que somente as empresas que usam custos fixos no processo de produção terão alavancagem operacional. Segundo Braga (2010) o grau de alavancagem operacional (GAO) mede os efeitos provocados sobre o LAJIR, pelas variações ocorridas nas vendas, outro ponto muito bem citado pelo autor é que o GAO sempre se refere a um nível específico de produção e vendas.

Para poder calcular o GAO é utilizado a seguinte fórmula: $GAO = \frac{\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO/LUCRO OPERACIONAL}}{\text{LUCRO OPERACIONAL}}$ resolvendo a equação: $GAO = \frac{R\$12.679,57}{R\$217.063,04} = 0,6$. A variação do volume vendido como capacidade para cobrir custos e despesas é de 0,6. Segundo Gitman (2002), sempre que a variação percentual no LAJIR, resultante de uma determinada variação no percentual de vendas, for maior que a variação percentual em vendas, existe a alavancagem operacional. Isso significa que se o GAO for superior a 1, existe alavancagem operacional.

O grau de alavancagem financeira mede a sensibilidade a variações no LPA em relação a variações no LAJIR. Segundo Gitman (2002, p. 427) “O grau de alavancagem financeira (GAF) é a medida numérica da alavancagem financeira da empresa”. Como o GAO, o GAF pode ser calculado de duas maneiras; um cálculo fornecerá uma estimativa pontual, enquanto o outro, uma estimativa de intervalo. Segundo Braga (2010) o grau de alavancagem financeira mede todos os efeitos provocados sobre o lucro líquido pelas variações ocorridas no LAJI. Ainda segundo Braga (2010, p. 206), “O GAF sempre se refere a um nível específico de produção e

vendas que, associado aos preços de vendas e custos operacionais variáveis e fixos, determina um certo valor para o LAJI”.

Por isso é muito importante ter o conhecimento de que, somente as empresas que usam capital de terceiros, ou outras formas de financiamento a custo fixo terão alavancagem financeira. Segundo Gitman (2002), sempre que a variação percentual no LPA resultante de uma dada variação no LAJIR for maior que a variação percentual no LAJIR, verifica-se a existência de alavancagem financeira, assim sempre que o GAF for superior a 1, há alavancagem financeira. Para calcular o GAF é utilizada a seguinte fórmula: $(GAF = \text{LUCRO OPERACIONAL} / \text{LUCRO LÍQUIDO})$ resolvendo, $GAF = R\$217.063,04 / 223.302,54 = 1,0$. A capacidade cobrir os gastos financeiros é de 1,0.

A alavancagem total resulta do efeito combinado de uso de custos fixos, tanto operacionais quanto financeiros, para ampliar os efeitos de variações nas vendas sobre o lucro por ação da empresa. A alavancagem total pode, portanto, ser vista como o impacto total dos custos presentes na estrutura operacional e financeira da empresa. Para Gitman (2002, p. 428), “O grau de alavancagem total (GAT) é a medida numérica da alavancagem total da empresa”.

Gitman (2002), acrescenta ainda que sempre que a variação percentual no LPA resultante de uma dada variação percentual nas vendas for maior do que a variação percentual nas vendas, existirá alavancagem total. Isso significa dizer que se o GAT for superior a 1, haverá alavancagem total.

Uma maneira muito utilizada para se calcular o GAT é a seguinte: $(GAT = \text{LPA} / \text{RECEITA DE VENDA})$, ou se estiver com os valores do GAF e do GAO, é possível usar a seguinte fórmula: $(GAT = \text{GAO} * \text{GAF})$. Para o desenvolvimento deste tópico utilizou-se a segunda fórmula, $GAT = 0,6 * 1,0 = 0,6$. A medida de eficiência da organização é de 0,6.

CONCLUSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desse plano de negócio foi analisar a viabilidade técnica, financeira e econômica da implantação de um Posto de Combustível no Jardim Santa Maria, na cidade de Toledo-Pr. Para alcançar o objetivo almejado foram

analisados vários aspectos teóricos aprendidos unidos com a prática, para que se obtivesse assim uma perspectiva da realidade do nosso mercado.

Para fazer a análise de viabilidade do nosso plano de negócio foi desenvolvida uma pesquisa de campo para averiguar se a escolha do local seria adequada e se a mesma teria demanda suficiente. Desse modo, foram feitas análises sobre a concorrência e a distância entre eles.

Optamos por uma bandeira específica pelo fato de ser uma marca com tradição, qualidade e ser conhecida em todo o território nacional, é uma empresa que ajuda quem está começando, dando toda uma estrutura, e um horizonte a ser seguido, além de seus consumidores já conhecerem e confiarem na qualidade.

REFERÊNCIAS

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.

FABRETTI, Laúdio Camargo. **Contabilidade tributária**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 2002.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 2010.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira: uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

LEITE, Helio de Paula. **Introdução à administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

KASSAI, Jose Roberto. **Retorno de investimento: Abordagem matemática e contábil do lucro empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

KWASNICKA, Eunice Lacava. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 1995.



MARTINS, Petrônio Garcia. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2002.

OLIVEIRA, Gustavo Pedro de. **Contabilidade tributária**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

SANVICENTE, Antonio Zoratto. **Administração Financeira**. São Paulo; Atlas, 1977. As referências são configuradas pelo conjunto de elementos que permitem a identificação das publicações utilizadas na elaboração do artigo.