

A VIABILIDADE ECONÔMICA DA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA DE RAÇÃO BOVINA: UM ESTUDO DE CASO

Erica Paula Ribeiro¹
Silveli Bertolin²
Clovis Uliana³

RIBEIRO, E. P.; BERTOLIN, S.; ULIANA, C. A viabilidade econômica da implantação de uma empresa de ração bovina: um estudo de caso. **Rev. Ciênc. Empres. UNIPAR**, Umuarama, v. 12, n. 1, p. 69-94, jan./jun. 2011.

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo verificar a viabilidade econômico-financeira da implantação de uma indústria de ração bovina no município de Umuarama-PR. A metodologia de análise foi baseada no roteiro de um plano de negócios, abordando-se os aspectos mercadológicos, operacionais, de localização e financeiros pela utilização das técnicas de avaliação de projetos de capital, especificamente a TIR – Taxa Interna de Retorno, o VPL- Valor Presente Líquido, o *Payback* – Tempo de Recuperação do Investimento e a TMAR – Taxa Mínima de Atratividade de Retorno. Com base nos resultados apurados identificou-se a viabilidade do investimento, oportunizando o retorno do capital investido pelos potenciais investidores.

PALAVRAS-CHAVE: Viabilidade econômico-financeira. Plano de negócios. Avaliação de projetos.

ECONOMIC FEASIBILITY OF IMPLEMENTATION OF A CATTLE FEED COMPANY: A CASE STUDY

ABSTRACT: This paper aims to determine the economic feasibility of installing a cattle feed company in the city of Umuarama-PR. The methodology was based on a business plan considering marketing, operational, financial tracking aspects and the use of evaluation techniques of capital projects, specifically the Internal Rate of Return, Net Present Value, Payback - Investment Recovery Time and Minimum Attractiveness Rate of Return. Based on the obtained results, the investment viability was identified, making the opportunity of invested capital by potential investors possible.

KEYWORDS: Economic and financial viability. Business Plan. Evaluation of projects.

¹Bacharel em Ciências Contábeis - UNIPAR – Umuarama. E-mail: thesecretsservices@hotmail.com

²Bacharel em Ciências Contábeis - UNIPAR – Umuarama. E-mail: silveli_nina@hotmail.com

³Mestre em Contabilidade e Finanças - Coordenador do curso de Ciências Contábeis - UNIPAR – Umuarama. E-mail: uliana@unipar.br

LA VIABILIDAD ECONÓMICA DE IMPLANTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALIMENTO PARA GANADO: UN ESTUDIO DE CASO

RESUMEN: Este trabajo tiene como objetivo determinar la viabilidad económica de instalación de una industria de alimento para ganado en la ciudad de Umuarama-PR. La metodología de análisis se basó en el guión de un plan de negocios, abordándose los aspectos mercadológicos, operacionales, de ubicación y financieros, por la utilización de las técnicas de evaluación de proyectos de capital, específicamente la TIR - Tasa Interna de Retorno, el VPL- Valor Presente Líquido, el *Payback* - Tiempo de Recuperación de Inversión y la TMAR - Tasa Mínima de Atracción de Retorno. Con base en los resultados obtenidos se identificó la viabilidad de inversión, y la oportunidad de retorno del capital invertido por los inversores potenciales.

PALABRAS CLAVE: Viabilidad económica y financiera. Plan de Negocios. Evaluación de proyectos.

1 INTRODUÇÃO

O estudo da viabilidade é a análise detalhada do mercado para determinar se é viável iniciar um novo negócio em determinado segmento ou lançar um novo produto no mercado. Muitos empresários não fazem um estudo antes de iniciar as atividades de um novo negócio, dessa forma podem comprometer o empreendimento por falta de planejamento adequado e de estudos mais aprofundados sobre o mercado.

Neste estudo será abordada a viabilidade econômica de uma empresa de ração para bovinos, será dado destaque ao tempo necessário para que se obtenha o retorno do investimento. A competitividade é acirrada devido às novas tecnologias na produção de ração animal, faz com que os produtores se tornem cada vez mais exigentes com a qualidade do alimento do seu rebanho. Assim, estudar a viabilidade econômica requer conhecimentos de diversas áreas, dentre as quais o universo da controladoria.

Mosimann, Alves e Fisch (1993) afirmam que a controladoria consiste em um corpo de doutrinas e conhecimento relativos à gestão econômica, podendo, ainda, ser conceituada como o conjunto de princípios, procedimentos e métodos oriundos das ciências da administração, econômica, psicologia, estatística e principalmente da contabilidade, que se ocupa da gestão econômica das empresas, com fim de orientá-las para a eficácia.

Assim, é fundamental para o êxito dos negócios o planejamento tanto da parte industrial, quanto dos aspectos financeiros das organizações. Segundo Peleias (2002, p. 22) “planejar pressupõe a existência de um processo decisório contínuo que contemple as atividades dos gestores de forma individual e conjun-

ta. As decisões tomadas por um gestor podem influenciar nos níveis superiores”.

Ainda conforme Peleias (2002, p. 23) “o planejamento é a etapa do processo de gestão em que se decide antecipadamente sobre as ações, e tem como escopo garantir o cumprimento da missão da empresa, assegurar sua continuidade”.

Comprovadamente planejar é necessário, pois todo investimento tem seu risco, assim é necessário demonstrar ao investidor, entre outras informações, a viabilidade e o tempo de retorno do seu investimento. Estes são os propósitos principais deste estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Plano de negócio

Um plano de negócio nada mais é do que um planejamento, no qual se descreve todas as etapas necessárias para a implantação ou ampliação de um projeto.

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

Deriva daí a importância de se fazer um estudo minucioso do negócio que se deseja abrir, para não fechar as portas em um curto espaço de tempo devido à falta de planejamento.

Através do plano de negócio, o empresário terá em mãos os dados para a tomada de decisão de abrir ou não, já que terá as informações detalhadas sobre seu ramo de atividade, os produtos ou serviços que irá ofertar, dados sobre seus clientes, concorrentes e fornecedores, bem como os pontos fortes e fracos da atividade.

2.1.1 Análise de mercado

É uma das primeiras etapas no plano de negócio e de relevante importância, pois disponibiliza as informações necessárias e essenciais sobre o mercado que se deseja entrar.

Conta com as informações sobre o tamanho do mercado, potencial, evolução, segmentação e previsão, os fatores macro e micro ambientais que influenciam no negócio. Qualquer análise de mercado sempre busca avaliar: o empreendimento atual, o que se pretende e como atingir o propósito.

Ao analisar o mercado se terá informações sobre os clientes, suas características, sejam pessoas físicas ou jurídicas. Este processo é muito importante, pois quanto mais se conhece os clientes, maior é a chance de propiciar produtos ou serviços de acordo com suas necessidades, fazendo com que esses clientes se tornem fiéis.

Nesta análise também se avaliam os principais concorrentes e suas características, tais como: os preços que praticam, a qualidade do produto que ofertam e outras informações relevantes para definir se a nova empresa terá condições de competir neste mercado.

Merece destaque o estudo dos seus fornecedores de matéria prima, material de apoio, material de escritório, equipamentos, serviços de manutenção, pois aqui terá informações importantes como: preço, qualidade do serviço, prazo de pagamento e de entrega.

2.1.2 Plano de marketing

O marketing está presente em qualquer produto ou serviço que uma empresa oferece aos seus clientes, ou seja, para criar um produto, a empresa precisa identificar o que o consumidor necessita.

Stanton (1971 apud SCHEWE; SMITH, 1982, p. 14), define marketing como “um sistema total de atividades empresariais, interatuantes, destinadas a planejar, apreçar, promover e distribuir bens e serviços que satisfazem a desejos dos clientes presentes e potenciais”.

Para atingir os objetivos do plano de marketing pode-se usar as ferramentas do sistema 4’Ps, que segundo Churchill e Peter (2000, p. 20), “é uma combinação de ferramentas estratégicas usadas para criar valores aos clientes e alcançar os objetivos da empresa”.

Essa ferramenta, ou composto de marketing, chamada de 4’Ps, consiste em produto, preço, praça e promoção.

O produto ou serviço é o que a empresa deseja oferecer a seus clientes, no plano de marketing deve-se descrever os produtos a serem fabricados, especificando tamanho de embalagens, cores, rótulo, entre outros itens. É importante estar sempre atento as exigências legais a serem atendidas para a produção do produto.

O preço é o valor, quantidade de dinheiro cobrado para que se possa adquirir um bem ou serviço, sendo um elemento muito importante, pois por meio do preço é que se obtém a margem de lucro da empresa. Esta avaliação também verifica se será competitivo perante os preços praticados pelos concorrentes.

A praça ou mercado alvo é onde a empresa distribuirá seus produtos. Também compreende a forma como serão distribuídos, quais os canais de distri-

buição, a logística mais adequada ou que agrega maior valor ao produto.

A promoção é o meio pelo qual a empresa informa o produto aos seus clientes por meio de canais de comunicação, rádio, televisão, revistas, jornais, internet. É esta comunicação que poderá influenciar os consumidores a comprarem os produtos da empresa. Dessa forma, deve ser feita para atingir o mercado alvo, ou seja, por meio de comunicação que alcance esse público.

2.1.3 Plano operacional

Para o plano operacional, como o próprio nome revela, deve-se descrever tudo o que envolve o processo operacional da empresa, como arranjo físico ou *layout*, deve conter os desenhos dos processos produtivos, localização de cada máquina, do depósito, da área administrativa, ou seja, a planta da empresa. O responsável pelo *layout* deve conhecer nos mínimos detalhes todo o processo produtivo da empresa. Também é importante, prever uma possível expansão da empresa, para que no futuro não tenha que dispor de muitos recursos financeiros para fazê-lo.

Outro planejamento importante é o que se refere aos recursos humanos, pois é preciso prever quantos funcionários serão necessários e seus respectivos cargos e funções, além de estabelecer a hierarquia destes, podendo fazer por departamentalização.

Outro ponto é estimar a capacidade operacional da empresa, o quanto ela pode produzir com os maquinários existentes e a quantidade de funcionários para operá-las. E em seguida descrever como serão realizadas as principais atividades do negócio, desde a chegada da matéria-prima necessária para o desenvolvimento do produto ou serviço até a entrega desse produto ou serviço ao cliente final.

2.1.4 Plano financeiro

O plano financeiro é ferramenta de grande importância, uma vez que o caixa determina a sobrevivência da empresa, e é por meio dele que se saberá se a empresa possui liquidez para honrar seus compromissos ou se necessitará fazer financiamentos. O planejamento financeiro evita surpresas e cria planos alternativos caso ocorram imprevistos.

Segundo Gitman (1997, p. 589) “o planejamento financeiro é um aspecto importante para o funcionamento e sustentação da empresa, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos”.

Neste estudo de viabilidade econômica e financeira foram utilizados os

seguintes indicadores econômicos para auxílio na tomada de decisão:

A) Valor Presente Líquido - VPL, que segundo Batalha (2009) consiste em transferir para o presente as variações do fluxo de caixa esperado, descontadas a uma determinada taxa de juros e somadas algebricamente. Caso o valor do VPL seja positivo, pode-se considerar o investimento atrativo.

B) Taxa Interna de Retorno – TIR, que é um dos métodos de análise de investimentos para verificar a viabilidade de um projeto. Para Hoji (2006) a taxa interna de retorno é conhecida também como a taxa de desconto do fluxo de caixa. A TIR é uma taxa de juros implícita numa série de pagamentos (saídas) e recebimentos (entradas), que tem a função de descontar um valor futuro ou aplicar o fator de juros sobre um valor presente, conforme o caso, para trazer ou levar cada valor do fluxo de caixa para uma data focal (data base de comparação de valores correntes de diversas datas). Para a tomada de decisão, quando a taxa interna de retorno é maior ou igual ao custo de oportunidade ou a uma taxa mínima de atratividade, o investimento deve ser aceito. Quando a taxa interna de retorno for menor que o custo de oportunidade ou uma taxa mínima de atratividade, o investimento deve ser rejeitado.

C) *Pay Back*, este método de avaliação visa calcular o período em que o investidor recuperará o valor do investimento, ou seja, um investimento conta com uma saída imediata de um determinado valor, no qual se espera receber fluxos de caixas que visem recuperar essa saída, deste modo o *Pay Back* calcula a quantidade de tempo em que isso deve ocorrer.

3 O PROJETO

3.1 A empresa

A indústria de rações será instalada na cidade de Umuarama, no estado do Paraná, no parque industrial próximo as margens da rodovia PR 323, sendo Umuarama cidade polo da região noroeste do estado, situado a 623 km da capital Curitiba.

A empresa atuará na área de produção e comercialização de ração bovina, inicialmente na região noroeste, com planos de expansão nas demais regiões do estado do Paraná, e também Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, sendo que esses dois últimos estados possuem o maior rebanho bovino do Brasil.

3.1.1 Capacidade produtiva

O projeto da fábrica prevê uma capacidade de produção de 21.000 toneladas por ano de ração bovina, sendo que no primeiro ano deve produzir 12.000 toneladas, no segundo ano 14.400 toneladas, no terceiro ano 17.280 toneladas, no quarto ano 20.735 toneladas, e do quinto ano em diante 20.875 toneladas. A figura 1 demonstra o projeto da fábrica.

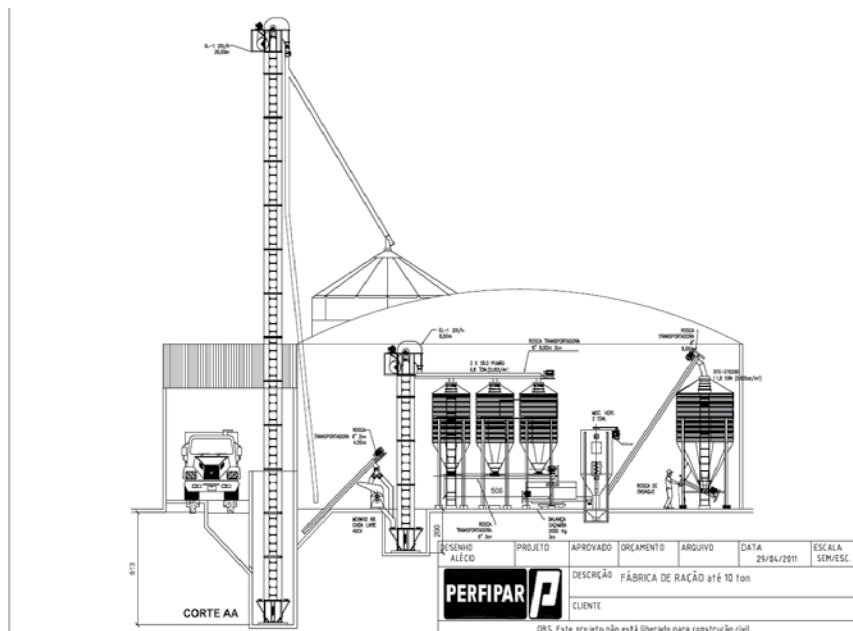


Figura 1: Projeto da fábrica

Fonte: Perfipar.

3.2 O mercado

A empresa atuará na região noroeste do Paraná, atendendo as cidades em um raio de aproximadamente 120 km da cidade de Umuarama. Seus principais fornecedores de matéria-prima para a produção de ração são do estado de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Paraná.

Segundo o Sindicato Nacional das Indústrias de Alimentação Animal (Sindirações), houve um crescimento na produção de ração, em 2010, superior a 5%. A produção de ração bovina, em 2010, foi de 7,15 milhões de toneladas, um

aumento de 5,5% em relação a 2009. Já a estimativa para 2011 é de 7,6 milhões de toneladas, ou seja, uma projeção de 6,3% de aumento na produção, em relação a 2010, conforme demonstra o quadro 1.

Quadro 1: Consumo de ração/2010 e estimativa de demanda/2011

Segmento	2009	2010	% 10/09	2011*	% 11/10
Aves	32,64	35,09	7,5	36,75	4,7
Frangos	27,82	30,26	8,8	31,77	5,0
Poedeiras	4,82	4,83	0,2	4,98	3,1
Suínos	15,33	15,37	0,3	15,68	2,0
Bovinos	6,78	7,15	5,5	7,60	6,3
Leite	4,42	4,63	4,8	4,90	5,8
Corte	2,36	2,52	6,8	2,70	7,1
Cães e gatos	1,93	2,06	7,0	2,12	2,9
Equinos	0,56	0,57	1,2	0,59	3,5
Aquacultura	0,380	0,429	12,9	0,489	14,0
Peixes	0,300	0,345	15,0	0,397	15,1
Camarões	0,080	0,084	5,0	0,092	9,5
Outros	0,74	0,77	3,6	0,80	3,9
Total-Rações	58,4	61,4	5,3	64,0	4,2
Sal Mineral	1,80	2,15	19,4	2,35	9,3
Total	60,2	63,6	5,7	66,4	4,4

* Previsões

Fonte: Sindirações

Ainda segundo o Sindirações, a bovinocultura de corte teve um crescimento de 6,8% em 2010 com relação a 2009. A previsão para 2011 é de crescimento no rebanho de 2,5% e nos abates de 1,5%. O Sindirações estima um aumento de 7% na produção de ração para bovinocultura, produzindo cerca de 2,7 milhões de toneladas de rações.

Para bovinocultura leiteira, em 2011, o Sindirações estima um crescimento de 4,5% na produção de leite, em resposta ao consumo doméstico. Estima também, uma produção de 4,9 milhões de toneladas de ração para o gado leiteiro, um crescimento de cerca de 6% em relação a 2010.

O Brasil é o terceiro maior país em produção de ração animal no mundo, conforme demonstra a figura 2.

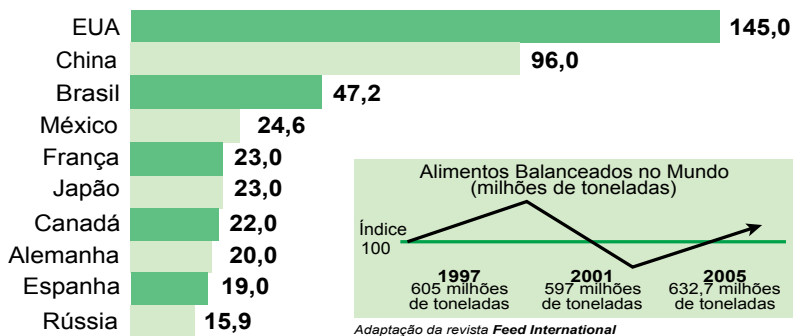


Figura 2: Produção de rações dos 10 principais países - milhões de toneladas - 2005
 Fonte: Sindirações

Umuarama fica a aproximadamente 110 km da divisa com o Mato Grosso do Sul e sua localização geográfica também a deixa próxima do Mato Grosso, dois estados com rebanhos de magnitude considerável, pois contam na atualidade com cerca de 50.000.000 de animais.

A região de Umuarama possui a maior população bovina do estado com aproximadamente 1.207.000 cabeças de gado, sendo o Paraná, segundo o SEAB, o décimo no *ranking* de estados produtores no Brasil, pois conta com aproximadamente 9.500.000 de cabeças de gado. Além do maior rebanho, Umuarama também é a primeira no *ranking* de produção de leite, conforme demonstra o quadro 2.

Quadro 2: Rebanho bovino

MUNICÍPIOS	Código do Município	Área de Pastagem (ha)	População Bovina (nº de cabeças)	Índice p/ Unidade Animal	Quantidade de Animais p/ ha.	Módulo Rural	Produção Leite (em 1000 lts.)	Área em Km²
Alto Paraíso	2865	58.449	88.258	0,88	1,51	20	2.600.000	1.046.3193
Alto Piquiri	0070	11.962	18.063	0,88	1,51	22	10.000.000	447.0749
Altônia	0050	38.439	58.043	0,88	1,51	20	6.500.000	725.5905
Brasilândia do Sul	0338	3.681	6.625	0,88	1,80	22	3.600.000	291.2827
Cafetal do Sul	0347	24.481	35.497	0,88	1,45	20	5.500.000	336.3650
Cianorte	0550	30.475	54.855	0,88	1,80	20	5.216.000	815.4037
Cidade Gaúcha	0560	27.450	41.450	0,88	1,51	22	5.130.000	403.8660
Cruzeiro do Oeste	0660	40.615	61.329	0,88	1,51	22	12.500.000	757.9822
Douradina	0725	28.128	42.474	0,88	1,51	22	4.800.000	421.7941
Esperança Nova	0756	11.332	21.077	0,88	1,86	20	4.500.000	170.7094
Francisco Alves	0832	15.946	29.659	0,88	1,86	20	12.650.000	320.8784
Guaporema	0910	9.348	14.116	0,88	1,51	22	578.000	199.5606
Icaraima	0990	42.263	63.817	0,88	1,51	22	8.000.000	695.3447
Indianópolis	1040	7.406	10.443	0,88	1,41	22	870.000	123.9381
Iporã	1060	37.689	63.317	0,88	1,68	20	11.000.000	647.8378
Ivaté	1155	15.945	22.482	0,88	1,41	20	3.500.000	412.8892
Japurá	1240	2.574	5.431	0,88	2,11	22	550.000	1.0000
Jussara	1300	997	1.795	0,88	1,80	22	110.000	207.8193
Maria Helena	1470	37.572	52.976	0,88	1,41	22	6.600.000	485.8062

Mariluz	1510	12.678	22.820	0,88	1,80	20	3.000.000	430.7074
Nova Olímpia	1720	9.128	16.431	0,88	1,80	22	3.200.000	135.6272
Perobal	1885	20.795	32.233	0,88	1,55	20	5.250.000	406.8705
Pérola	1890	20.828	34.991	0,88	1,68	20	7.200.000	236.7217
Rondon	2260	23.023	32.462	0,88	1,41	22	3.080.000	560.0699
São Jorge do Patro- cínio	2535	12.712	22.881	0,88	1,80	20	5.475.000	412.5527
São Miguel do Paraná	2555	2.614	3.686	0,88	1,41	22	445.000	93.3079
São Tomé	2610	4.066	6.139	0,88	1,51	20	886.000	218.7763
Tapejara	2680	33.353	47.028	0,88	1,41	22	6.000.000	610.6263
Tapira	2690	40.109	56.152	0,88	1,40	24	10.360.000	437.7558
Terra Boa		5.320	7.448	0,88	1,40	23	1.800.000	
Tuneiras do Oeste	2790	27.591	38.903	0,88	1,41	22	5.475.000	696.55347
Umuarama	2810	76.059	140.710	0,88	1,85	20	22.000.000	1.229.4268
Xambê	2880	33.517	53.627	0,88	1,60	20	7.200.000	359.8915
Total do Núcleo		766.545	1.207.218	0,88	1,57		185.575.000	14.340.3314

Fonte: SEAB/D.S.A/DERAL/Umuarama

Obs: População Bovina atualizada conforme vacinação nov. 2010.

A análise dos dados permite afirmar que se justifica a implantação da indústria de rações, pois aponta um crescimento do rebanho bovino brasileiro, conseqüentemente haverá necessidade de ampliar a produção de ração.

4 ANÁLISE FINANCEIRA

Devido à alta competitividade no mercado atual, o planejamento financeiro é de fundamental importância para auxiliar na tomada de decisões, principalmente quando se deseja abrir uma nova empresa, pois a análise das finanças permitirá a empresa estabelecer e alcançar objetivos.

Para se iniciar uma atividade é de suma importância saber a proporção de investimento necessário, assim, o quadro 3 demonstra o total de investimentos para iniciar as atividades. Sendo que o projeto não utilizará financiamentos, pois todo o capital investido será próprio.

Quadro 3: Investimento inicial

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$
Construções	
Terreno	200.000,00
Construção Prédio	200.000,00
Máquinas e Equipamentos	
Máquinas e Equipamentos Fábricas	170.000,00
Ensacadeira	3.000,00
Costuradeira	2.000,00
Esteira	5.000,00
Carrinhos	2.000,00
Móveis e Utensílios	
Escritório	3.000,00
Refeitório	4.000,00
Vestiário	800,00
Computadores	
2 Computadores	3.000,00
Programa Gerencial	800,00
Veículos	
1 Administração Vendas	25.000,00
1 Transportes Funcionários	30.000,00
Outros	
Outros (despesas pré-operacionais)	5.000,00
Total Investimento Fixo	653.600,00

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.1 Custos e estimativa de vendas anuais

Os próximos quadros analisarão as estimativas dos custos totais da empresa. O quadro 4 demonstra o número de funcionários necessários, bem como o custo com a mão de obra mensal para o funcionamento da empresa, incluindo a estimativa dos encargos trabalhistas sobre a folha de pagamento, que segundo a reportagem publicada pelo site do Estadão (2011), é de 32,4%, porém como o percentual varia de acordo com cada setor, o presente estudo utiliza uma estimativa de 35% de encargos.

Também no quadro 4 se apresenta o custo anual com mão de obra para os primeiros oito anos de funcionamento da empresa, evidencia-se um aumento de 5% para cada período em relação ao período anterior.

Quadro 4: Custos com mão de obra (em R\$)

Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
Auxiliar Produção	5	1.000,00	35%	350,00	6.750,00
Auxiliar Adm	1	1.100,00	35%	385,00	1.485,00
Encarregado	1	2.000,00	35%	700,00	2.700,00
Guarda	1	1.300,00	35%	455,00	1.755,00
Auxiliar Serviços Gerais	1	900,00	35%	315,00	1.215,00
TOTAL MENSAL		10.300,00		3.605,00	R\$ 13.905,00
	ANO 1				166.860,00
	ANO 2				175.203,00
	ANO 3				183.963,15
	ANO 4				193.161,31
	ANO 5				202.819,37
	ANO 6				212.960,34
	ANO 7				223.608,36
	ANO 8				234.788,78

Fonte: Elaborado pelos autores.

O quadro 5 demonstra as estimativas de outros custos e despesas consideradas fixas, tais como: água, telefone, energia, material de expediente, despesas de viagem, depreciação, entre outros. Também foram estimadas para os primeiros oito anos de funcionamento da empresa.

Quadro 5: Estimativa dos custos fixos mensais

Discriminação	Valor R\$	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	R\$ 15.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 180.000,00	R\$ 180.000,00
Água	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Luz	R\$ 5.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00
Telefone	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
Contador	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00
Despesas com Veículos	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00
Material de Expediente e Consumo	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
Seguros	R\$ 370,00	R\$ 4.440,00	R\$ 4.440,00	R\$ 4.440,00	R\$ 4.440,00	R\$ 4.440,00	R\$ 4.440,00	R\$ 4.440,00	R\$ 4.440,00
Propaganda e Publicidade	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Depreciação Mensal	R\$ 3.365,83	R\$ 40.390,00	R\$ 40.390,00	R\$ 40.390,00	R\$ 40.390,00	R\$ 40.390,00	R\$ 40.390,00	R\$ 40.390,00	R\$ 40.390,00
Manutenção	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00
Despesas de Viagem	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
Serviços de Terceiros	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00

Ônibus. Taxis e Selos	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Outros	R\$ 3.800,00	R\$ 45.600,00	R\$ 45.600,00	R\$ 45.600,00	R\$ 45.600,00	R\$ 45.600,00	R\$ 45.600,00	R\$ 45.600,00	R\$ 45.600,00
	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00
Refeições Cafê	R\$ 2.500,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
Responsá- vel Técnico Ambiental	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
TOTAL	R\$ 38.835,83	R\$ 466.030,00	R\$ 466.030,00	R\$ 466.030,00	466.030,00	R\$ 466.030,00	R\$ 466.030,00	R\$ 466.030,00	R\$ 466.030,00

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os quadros 6, 7, 8, 9 e 10 demonstram os custos com os insumos de produção, incluindo embalagens, e as formulações referentes aos cinco tipos de rações que a empresa irá produzir.

No quadro 6 são evidenciados os custos da ração 16%, que possui uma estimativa de vendas de 800 toneladas ao mês.

Quadro 6: Formulação e estimativa de custos ração 16%

<i>Insumo</i>	<i>Qtd</i>	<i>Custo Unit. R\$</i>	<i>Custo R\$</i>
Farelo de Soja	110 Kg	0,83	91,08
Casquinha de Soja	370 Kg	0,43	157,25
Milho	470 Kg	0,36	169,20
Sal Comum	10 Kg	0,40	4,00
Núcleo Proteico	25 Kg	1,39	34,75
Ureia	15 Kg	1,40	21,00
Sacaria	25 unid.	0,80	20,00
	1.000 Kg		497,28

Fonte: Elaborado pelos autores.

O quadro 7 demonstra os custos de produção do suplemento proteico secas, que possui previsão de venda de 60 toneladas mês.

Quadro 7: Formulação e estimativa de custos do suplemento proteico secas

<i>Insumo</i>	<i>Qtd</i>	<i>Custo Unit. R\$</i>	<i>Custo R\$</i>
Farelo de Soja	60 Kg	0,83	49,68
Casquinha de Soja	250 Kg	0,43	106,25
Milho	300 Kg	0,36	108,00
Sal Comum	170 Kg	0,40	68,00
Núcleo Proteico	120 Kg	1,39	166,80
Ureia	100 Kg	1,40	140,00
Sacaria	33,33 unid.	0,80	26,66
	1.000 Kg		665,39

Fonte: Elaborado pelos autores.

O quadro 8 relata os custos de produção de suplementos energéticos águas, que conta com uma estimativa de vendas de 20 toneladas mês.

Quadro 8: Formulação e estimativa de custos suplemento energético águas

Insumo	Qtd	Custo Unit.R\$	Custo R\$
Farelo de Soja	120 Kg	0,83	99,36
Casquinha de Soja	200 Kg	0,43	85,00
Milho	200 Kg	0,36	72,00
Sal Comum	250 Kg	0,40	100,00
Núcleo Proteico	200 Kg	1,39	278,00
Ureia	30 Kg	1,40	42,00
Sacaria	33,33 unid.	0,80	26,66
	1.000 Kg		703,02

Fonte: Elaborado pelos autores.

Apresenta-se, no quadro 9, a discriminação dos custos de produção do suplemento proteico secas – alto consumo, que possui uma estimativa de vendas de 80 toneladas mês.

Quadro 9: Formulação e estimativa de custos suplemento proteico secas - alto consumo

Insumo	Qtd	Custo Unit. R\$	Custo R\$
Farelo de Soja	120 Kg	0,83	99,36
Casquinha de Soja	230 Kg	0,43	97,75
Milho	500 Kg	0,36	180,00
Sal Comum	50 Kg	0,40	20,00
Núcleo Proteico	50 Kg	1,39	69,50
Ureia	50 Kg	1,40	70,00
Sacaria	33,33 unid.	0,80	26,66
	1.000 Kg		563,27

Fonte: Elaborado pelos autores.

No quadro 10 evidenciam-se os custos de produção do suplemento energético águas – alto consumo, que apresenta uma estimativa de vendas de 40 toneladas mês.

Quadro 10: Formulação e estimativa de custos do suplemento energético águas - alto consumo

Insumo	Qtd	Custo Unit. R\$	Custo R\$
Farelo de Soja	120 Kg	0,83	99,36
Casquinha de Soja	280 Kg	0,43	119,00
Milho	480 Kg	0,36	172,80
Sal Comum	50 Kg	0,40	20,00
Núcleo Proteico	50 Kg	1,39	69,50
Ureia	20 Kg	1,40	28,00
Sacaria	33,33 unid.	0,80	26,66
	1.000 Kg		535,32

Fonte: Elaborado pelos autores.

Vistos os custos individuais dos insumos utilizados para a composição de cada ração, no quadro 11 demonstram-se os custos anuais com insumos, estimados para os primeiros oito anos de funcionamento da empresa.

Quadro 11: Estimativa de custos com insumos - ao ano

	Ano 1			Ano 2			Ano 3			Ano 4		
	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total
Ração 1	R\$ 497,28	9600	R\$ 4.773.888,00	R\$ 497,28	11520	R\$ 5.728.665,00	R\$ 497,28	13824	R\$ 6.874.398,72	497,28	16589	R\$ 8.249.377,92
Ração 2	R\$ 665,39	720	R\$ 479.080,00	R\$ 665,39	864	R\$ 574.896,96	R\$ 665,39	1037	R\$ 690.009,43	665,39	1244	R\$ 827.745,16
Ração 3	R\$ 703,02	240	R\$ 168.724,80	R\$ 703,02	288	R\$ 202.469,76	R\$ 703,02	346	R\$ 243.244,92	703,02	415	R\$ 291.753,30
Ração 4	R\$ 563,27	960	R\$ 540.739,20	R\$ 563,27	1152	R\$ 648.887,04	R\$ 563,27	1382	R\$ 778.439,14	563,27	1658	R\$ 933.901,66
Ração 5	R\$ 535,32	480	R\$ 256.953,60	R\$ 535,32	576	R\$ 308.344,32	R\$ 535,32	691	R\$ 369.906,12	535,32	829	R\$ 443.780,28
Total		12000	R\$ 6.219.386,40		14400	R\$ 7.463.263,68		17280	R\$ 8.995.998,33		20735	R\$ 10.746.558,32
	Ano 5			Ano 6			Ano 7			Ano 8		
	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total	Custo/ Ton.	Venda/ Ton.	Custo Total
Ração 1	R\$ 497,28	16600	R\$ 8.2254.848,00	R\$ 497,28	16600	R\$ 8.254.848,00	R\$ 497,28	16600	R\$ 8.254.848,00	497,28	16600	R\$ 8.254.848,00
Ração 2	R\$ 665,39	1300	R\$ 865.007,00	R\$ 665,39	1300	R\$ 865.007,00	R\$ 665,39	1300	R\$ 865.007,00	665,39	1300	R\$ 865.007,00
Ração 3	R\$ 703,02	450	R\$ 316.359,00	R\$ 703,02	450	R\$ 316.359,00	R\$ 703,02	450	R\$ 316.359,00	703,02	450	R\$ 316.359,00
Ração 4	R\$ 563,27	1665	R\$ 937.844,55	R\$ 563,27	1665	R\$ 937.844,55	R\$ 563,27	1665	R\$ 937.844,55	563,27	1665	R\$ 937.844,55
Ração 5	R\$ 535,32	860	R\$ 460.375,20	R\$ 535,32	860	R\$ 460.375,20	R\$ 535,32	860	R\$ 460.375,20	535,32	860	R\$ 460.375,20
Total		20875	R\$ 10.834.433,75		20875	R\$ 10.834.433,75		20875	R\$ 10.834.433,75		20875	R\$ 10.834.433,75

Fonte: Elaborado pelos autores.

Também foi realizada uma estimativa de vendas anuais para os primeiros 8 anos da empresa, demonstrada no quadro 12. Lembrando que a capacidade produtiva da fábrica é de 21.000 ton./ano. Porém, no primeiro ano de atividade a projeção de vendas é de 12.000 toneladas, para o segundo ano 14.400 toneladas, para o terceiro ano 17.280 toneladas, quarto ano 20.735 toneladas, e para os anos seguintes, até o oitavo ano, 20.875 toneladas.

Quadro 12: Estimativa de vendas anuais

	Ano 1			Ano 2			Ano 3			Ano 4		
	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total
Ração 1	RS 580,00	9600	RS 5.568.000,00	RS 580,00	11520	RS 6.681.600,00	RS 580,00	13824	RS 8.017.920,00	RS 580,00	16589	RS 9.621.620,00
Ração 2	RS 870,00	720	RS 626.400,00	RS 870,00	864	RS 751.680,00	RS 870,00	1037	RS 902.190,00	RS 870,00	1244	RS 1.082.280,00
Ração 3	RS 790,00	240	RS 189.600,00	RS 790,00	288	RS 227.520,00	RS 790,00	346	RS 273.340,00	RS 790,00	415	RS 327.850,00
Ração 4	RS 930,00	960	RS 892.800,00	RS 930,00	1152	RS 1.071.360,00	RS 930,00	1382	RS 1.285.260,00	RS 930,00	1658	RS 1.541.940,00
Ração 5	RS 930,00	480	RS 446.400,00	RS 930,00	576	RS 535.680,00	RS 930,00	691	RS 642.630,00	RS 930,00	829	RS 770.970,00
Total		12000	RS 7.723.200,00		14400	RS 9.267.840,00		17280	RS 11.121.340,00		20735	RS 13.344.660,00

	Ano 5			Ano 6			Ano 7			Ano 8		
	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total	Preço/ Ton.	Vendas/ Ton.	Vendas Total
Ração 1	RS 580,00	16600	RS 9.628.000,00	RS 580,00	16600	RS 9.628.000,00	RS 580,00	16600	RS 9.628.000,00	RS 580,00	16600	RS 9.628.000,00
Ração 2	RS 870,00	1300	RS 1.131.000,00	RS 870,00	1300	RS 1.131.000,00	RS 870,00	1300	RS 1.131.000,00	RS 870,00	1300	RS 1.131.000,00
Ração 3	RS 790,00	450	RS 355.500,00	RS 790,00	450	RS 355.500,00	RS 790,00	450	RS 355.500,00	RS 790,00	450	RS 355.500,00
Ração 4	RS 930,00	1665	RS 1.548.450,00	RS 930,00	1665	RS 1.548.450,00	RS 930,00	1665	RS 1.548.450,00	RS 930,00	1665	RS 1.548.450,00
Ração 5	RS 930,00	860	RS 799.800,00	RS 930,00	860	RS 799.800,00	RS 930,00	860	RS 799.800,00	RS 930,00	860	RS 799.800,00
Total		20875	RS 13.462.750,00		20875	RS 13.462.750,00		20875	RS 13.462.750,00		20875	RS 13.462.750,00

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.2 Fluxo de Caixa

O quadro 13 apresenta a estimativa de fluxo de caixa da empresa para os próximos oito anos, essa ferramenta é de grande importância para a tomada de decisão, pois evidencia todos os custos fixos e variáveis, permitindo maior controle para o tomador de decisão.

Quadro 13: Fluxo de caixa - em R\$

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8
1 TOTAL DE ENTRADAS	7.723.200,00	9.267.840,00	11.121.340,00	13.344.660,00	13.462.750,00	13.462.750,00	13.462.750,00	13.462.750,00
1.1 RECEITA OPERACIONAL	7.723.200,00	9.267.840,00	11.121.340,00	13.344.660,00	13.462.750,00	13.462.750,00	13.462.750,00	13.462.750,00
2 TOTAL DE SAIDAS	7.359.948,21	8.72.603,484	10.360.729,69	12.322.011,76	12.428.080,23	12.437.989,98	12.448.395,22	12.459.320,73
2.1 Investimentos Iniciais	653.600,00							
2.2 Custos Variáveis Totais	6.764.972,83	8.117.085,70	9.739.380,00	11.685.350,06	11.781.479,97	11.781.479,97	11.781.479,97	11.781.479,97
2.2.1 Custo Matéria Prima	6.219.386,40	7.463.263,68	8.955.998,33	10.746.558,32	10.834.433,75	0.834.433,75	10.834.433,75	10.834.433,75
2.2.2 Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	281.896,80	338.276,16	405.928,91	487.080,09	491.390,37	491.390,37	491.390,37	491.390,37
2.2.3 Impostos Estaduais (ICMS)	180.457,63	216.867,46	260.239,36	312.265,05	315.028,35	315.028,35	315.028,35	315.028,35

2.2.4 Imposto Municipal (ISS)	-												
2.2.5 Previsão de inadimplência	77.232,00	92.678,40	111.213,40	133.446,60	134.627,50	134.627,50	134.627,50	134.627,50	134.627,50	134.627,50	134.627,50	134.627,50	134.627,50
2.2.6 Pro-paganda e Publicidade	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
2.3 Custos Fixos Totais	586.500,00	594.843,00	603.603,15	612.801,31	622.459,37	632.600,34	643.248,36	654.428,78	664.977,14	675.577,61	686.232,08	696.936,55	707.641,02
2.3.1 Mão de Obra + Encargos	166.860,00	175.203,00	183.963,15	193.161,31	202.819,37	212.960,34	223.608,36	234.788,78	245.504,19	256.229,60	267.000,00	277.816,41	
2.3.2 Retirada dos Sócios (Pro-Labore)	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	
2.3.3 Água	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	
2.3.4 Luz	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	
2.3.5 Telefone	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	
2.3.6 Con-tador	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	
2.3.7 Des-pesas com Veículos	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	
2.3.8 Material de Expediente e Consumo	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	
2.3.9 Seguros	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	
2.3.10 Manu-tenção	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	

2.3.11 Despesas de Viagem		12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
2.3.12 Serviços de Terceiros		24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00
2.3.13 Ônibus, Táxis e Selos		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
2.3.14 Outros Custos Fixos		45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00
3 Resultado Operacional		371.727,17	555.911,30	778.356,85	1.046.508,63	1.058.810,66	1.048.669,69	1.038.021,67	23.909,67	23.909,67	23.909,67	23.909,67	1.026.841,25
4 I.R.P.J. e C.S. (Presumido)		8.475,38	12.674,78	17.746,54	23.860,40	24.140,88	23.860,40	23.866,89	23.866,89	23.866,89	23.866,89	23.866,89	23.411,98
4.1 Imposto de Renda Pessoa Jurídica – IRPJ (1,20%)		4.460,73	6.670,94	9.340,28	12.558,10	12.705,73	12.584,04	12.456,26	12.584,04	12.584,04	12.584,04	12.584,04	12.322,10
4.2 Contribuição Social - CS (1,08%)		4.014,65	6.003,84	8.406,25	11.302,29	11.435,16	11.325,63	11.210,63	11.325,63	11.325,63	11.325,63	11.325,63	11.089,89
5 Resultado Líquido Financeiro		363.251,79	543.236,52	760.610,31	1.022.648,24	1.034.669,77	1.024.760,02	1.014.354,78	1.024.760,02	1.024.760,02	1.024.760,02	1.024.760,02	1.003.429,27
6 Resultado Acumulado		(290.348,21)	252.888,31	1.013.498,62	2.036.146,86	3.070.816,63	4.095.576,65	5.109.931,43	5.109.931,43	5.109.931,43	5.109.931,43	5.109.931,43	6.113.360,70
	(653.600,00)												

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.3 Análise dos indicadores econômicos

Para esse estudo, foram considerados os seguintes indicadores para a tomada de decisão: o Valor Presente Líquido – VPL; a Taxa Interna de Retorno – TIR; e, finalmente, o *payback*. Foi utilizada a Taxa Mínima Atrativa de Retorno - TMAR de 15%.

O quadro 14 demonstra os resultados desses indicadores obtidos por meio do fluxo de caixa.

Quadro 14: Indicadores econômicos

TMAR	15%
VPL	R\$ 2.824.654,17
TIR	85%
PAYBACK	R\$ (653.600,00)
Ano1	R\$ (337.728,88)
Ano2	R\$ 73.035,98
Ano3	R\$ 573.149,60
Ano4	R\$ 1.157.852,05
Ano5	R\$ 1.672.265,79
Ano6	R\$ 2.115.297,83
Ano7	R\$ 2.496.631,36
Ano8	R\$ 2.824.654,17

Fonte: Elaborado pelos autores.

A empresa obteve um valor presente líquido positivo, para tanto foram calculados todos os seus fluxos de caixa para o valor presente considerando-se uma taxa de juros de 15%. Quando se obtém um valor presente líquido positivo o projeto torna-se atrativo.

A taxa interna de retorno obtida pela empresa foi maior do que a taxa de atratividade, evidenciando novamente que o projeto é interessante, pois caso essa taxa se apresentasse inferior a taxa mínima de atratividade, o projeto deveria ser rejeitado. Por fim, o *payback*, demonstra que a empresa deverá começar a recuperar seu investimento a partir do segundo ano. Esta técnica considera o valor do dinheiro no tempo.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo avaliar um plano de investimento para comprovar ou não a viabilidade de se abrir uma indústria de ração bovina. No primeiro momento demonstrou-se que a cidade escolhida para a localização da fábrica é viável, pois a cidade de Umuarama – Paraná é polo da região noroeste do Paraná, possuindo o maior rebanho bovino do Paraná.

O estudo demonstrou as projeções dos resultados do fluxo de caixa para os oito anos contados a partir do investimento inicial, pode-se observar que os resultados obtidos foram positivos e satisfatórios.

Um ponto importante que justifica a existência de uma empresa é sem dúvida o lucro, porém, não basta apenas um resultado positivo, é preciso que o projeto traga retorno satisfatório para os investidores no menor tempo possível.

Os indicadores econômicos comprovaram que o projeto é viável, pois a análise do Valor Presente Líquido - VPL aponta um valor positivo de R\$ 2.824.654,17, sendo assim este projeto torna-se atrativo.

A Taxa Interna de Retorno - TIR obtida foi de 85%, quando comparada a Taxa Mínima Atrativa de Retorno - TMAR que foi estipulada em 15%, demonstra que o valor obtido fica bem acima do retorno esperado, tornando este projeto interessante em termos de retorno.

Analisando-se o *payback*, ou seja, o tempo previsto para que o projeto comece a dar retorno, percebe-se que o retorno será recuperado a partir do segundo ano. Assim, a aceitação do projeto dependerá do período que o investidor tenha como meta para recuperação do investimento.

Com base nos dados apresentados o estudo aponta um projeto viável por meio dos indicadores econômicos utilizados, pois se comprova ganhos excelentes para os investidores. Ganhos estes, não somente para os investidores, mas também para a região em que será instalado, no caso em Umuarama – Paraná, pois colaborará para a geração de empregos, aumento de renda e crescimento econômico do município.

REFERÊNCIAS

BATALHA, M. O. (Coord.). **Gestão agroindustrial**: grupo de estudos e pesquisas agroindustriais. São Paulo: Atlas, 2006.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

ESTADÃO. Economia e finanças. O Brasil é o nº 1 em encargos

trabalhistas. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia+geral,brasil-e-n-1-em-encargos-trabalhistas,77084,0.htm>>. Acesso em: 24 set. 2011.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 1997.

HOJI, M. **Administração financeira**: uma abordagem prática. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MOSIMANN, C. P.; ALVES, O. de C.; FISCH, S. **Controladoria**: seu papel na administração de empresas. Florianópolis: UFSC, Fundação ESAG, 1993.

PELEIAS, I. R. **Controladoria**: gestão eficaz utilizando padrões. São Paulo: Saraiva, 2002.

SCHEWE, C. D.; SMITH, R. M. **Marketing conceitos, casos e aplicações**. São Paulo: Makron Books, 1982.

SEBRAE, Serviço brasileiro de apoio à micro e pequenas empresas. Disponível em: <<http://sebrae.com.br>>. Acesso em: 12 out. 2011.s