



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ABAETETUBA**

**ADRIANE FERREIRA SILVA  
05155000402  
MIRTENI DE NAZARÉ BONFIM  
05155005002**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA SORVETERIA DE PEQUENO  
PORTE NO MUNICÍPIO DE ABAETETUBA**

**Abaetetuba**

**2010**

**ADRIANE FERREIRA SILVA**  
**05155000402**  
**MIRTENI DE NAZARÉ BONFIM**  
**05155005002**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA SORVETERIA DE PEQUENO  
PORTE NO MUNICÍPIO DE ABAETETUBA**

Trabalho apresentado para a obtenção de  
aprovação na Disciplina Administração  
Financeira e Orçamentária Empresarial no  
Curso de Ciências Contábeis da Universidade  
Federal do Pará (UFPA)  
Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira

**Abaetetuba**  
**2010**

**ADRIANE FERREIRA SILVA**  
**05155000402**  
**MIRTENI DE NAZARÉ BONFIM**  
**05155005002**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA SORVETERIA DE PEQUENO  
PORTE NO MUNICÍPIO DE ABAETETUBA**

Trabalho de Conclusão de Semestre  
apresentado para a obtenção de aprovação na  
Disciplina Administração Financeira no Curso  
de Ciências Contábeis da Universidade  
Federal do Pará (UFPA)

**Avaliado em:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ **Conceito:** \_\_\_\_\_

**Banca Examinadora:**

\_\_\_\_\_  
**Orientador: Prof. Prof. Héber Lavor Moreira**

\_\_\_\_\_  
**Professor:**

\_\_\_\_\_  
**Professor:**

**Abaetetuba**

**2010**

## RESUMO

O presente trabalho foi desenvolvido com o intuito de ajudar os futuros empreendedores numa das etapas mais importantes para o seu negócio, que é o planeamento. Apesar de necessitar de um pouco mais de tempo para esse planeamento, em compensação terá a segurança de que seu empreendimento vai ter retorno apropriado.

Empresários que não dão a devida importância a esse plano de negócio correm um risco de não obter retorno do capital investido. Dessa forma, esse trabalho pretende identificar por meio do estudo da viabilidade de uma sorveteria, os aspectos a serem levados em conta na escolha do negócio.

Com esse propósito utilizaremos técnicas de Análise de Custos e Administração Financeira que nos fornecerão dados importantes permitindo que o empreendedor visualize o real potencial da sua idéia.

Utilizaremos cálculos por meio de fórmulas matemáticas os índices de desempenho da empresa: liquidez, rentabilidade, endividamento, atividade e outros. Desta forma, pretende-se buscar informações relevantes para uma total ciência da capacidade comercial da empresa, tais como: capacidade de pagamento da empresa mediante a geração de caixa, capacidade de remunerar os investidores, isto é, a empresa estaria gerando lucros suficientes para atingir suas expectativas.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>7</b>
1.1 TÍTULO DO ESTUDO .....	7
1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO .....	7
<b>1.2.1 A importância do estudo.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.2 O que o discente se propõe alcançar em seu estudo.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.3 O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuição técnicas e/ou científicas.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.4 A organização do estudo .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Público alvo .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Justificativa .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Metodologia do estudo .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>8</b>
2.1-O PLANO DE NEGÓCIOS.....	8
2.2-ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO .....	9
2.2.1-Sumário Executivo.....	9
2.2.2-Descrição do negócio .....	9
2.2.3-Dados financeiros.....	10
2.3-ANÁLISE DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO .....	11
2.3.1-Apuração dos custos dos produtos .....	12
2.3.2-Preço de venda .....	12
2.3.3- Ponto de equilíbrio.....	13
2.3.4- Margem de contribuição .....	13
2.3.5- Fluxo de Caixa .....	14
2.3.6 – Valor Presente Líquido (VPL).....	14
2.3.7 - Taxa Interna de Retorno (TIR).....	14
2.3.8 – Payback .....	15
2.4 –ANÁLISE FINANCEIRA.....	15
2.4.1.Quociente de Liquidez.....	15
2.4.2.– Quociente de Endividamento .....	16
2.4.3 – Quociente de Atividade .....	18
2.4.3.1Rotação de Estoques.....	18

2.4.3.3 Margem Líquida.....	19
2.4.3.4 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO .....	19
2.4.3.5 PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO.....	20
2.4.3.6 POSICIONAMENTO RELATIVO.....	20
2.4.5 – Quociente de Rentabilidade.....	20
Retorno sobre investimento.....	21
Taxa de retorno total .....	21
Retorno sobre patrimônio líquido.....	21
2.4.6 Fator de insolvência.....	22
OVERTRADING .....	22
EBITDA .....	24
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>25</b>
4.1-CONCLUSÃO .....	25
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>27</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.</b>

## INTRODUÇÃO

Nosso País é marcado pelo desemprego, que faz com que uma quantidade numerosa da população deseje se tornar empresário. Além disso, está se tornando frequente o caso de pessoas que são demitidas e investem o capital recebido num negócio próprio, porém algum tempo depois muitas delas perdem todo o dinheiro investido e voltam ao mercado de trabalho a procura de emprego. Estatísticas mostram que, no Brasil, 90% das pequenas empresas fecham as portas antes do 1º ano de vida. Dos 10% restantes, apenas 20% chegam ao quinto ano de vida.

As empresas atuam em cenários diversos, de acordo com seu ramo de atividade. Esses cenários apresentam variados níveis de dificuldades, bem como uma diversidade de oportunidades. Dificuldades essas, que são agravadas pela falta de preparação na hora de montar uma empresa, sendo baseada apenas na improvisação, entusiasmo e ingenuidade. Logo, as principais causas desse insucesso elevado apontam para a falta de habilidade administrativa do empreendedor.

Para que se alcance êxito, por menor que seja o negócio se deve atentar para as funções gerenciais básicas de planejamento, organização e controle. Planejamento é a definição de diretrizes para alcançar os objetivos traçados e principalmente definir como alcançá-los. Logo, nota-se a importância da atividade de planejamento de um negócio para que as incertezas sejam reduzidas. Um adequado planejamento faz com que o empresário tenha soluções para erros previsíveis.

Na criação desse planejamento está a elaboração de um Plano de Negócios que é um documento que contém informações estratégicas e financeiras de como o empreendimento deve operar e principalmente auxiliando o gestor no processo decisório. Sendo, que um dos motivos de fechamento precoce de um negócio é justamente a falta de planejamento.

O trabalho que será desenvolvido irá mostrar a eficácia obtida no empreendimento a partir da elaboração de um planejamento.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 TÍTULO DO ESTUDO**

Estudo da viabilidade econômica de uma sorveteria de pequeno porte no Município de Abaetetuba.

### **1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO**

#### **1.2.1 A importância do estudo**

Ajudar o pequeno empreendedor a ter uma visão mais dilatada da capacidade do empreendimento em gerar resultado, tendendo com isso a redução da falência precoce das empresas por falta de um planejamento adequado.

#### **1.2.2 O que o discente se propõe alcançar em seu estudo**

Obter o conhecimento técnico necessário para diagnosticar com assertividade a viabilidade e a manutenção de um negócio no mercado.

#### **1.2.3 O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuição técnicas e/ou científicas**

A utilização com base nos dados disponíveis das técnicas de análise de custos e administração financeira, para elaboração de um diagnóstico claro do real potencial de uma empresa.

#### **1.2.4 A organização do estudo**

Este trabalho constará de:

- a) Capa
- b) Folha de rosto
- c) Folha de aprovação
- d) Resumo
- e) Sumário
- f) Conteúdo textual: Introdução, fundamentação teórica e conclusão
- g) Anexos
- h) Referências

### **1.3 Público alvo**

O presente estudo tem como público alvo a comunidade em geral, atuais empreendedores e pessoas que pretendam investir no ramo das sorveterias.

### **1.4 Justificativa**

Necessário se faz o uso de técnicas contábeis que possibilitem um planejamento adequado dos empreendimentos, pois atualmente a grande parte das empresas fecha suas portas, justamente por conta disso, em menos de dois anos de existência.



### 1.5 Metodologia do estudo

Segundo Silva (2008): “*entende-se metodologia como o estudo do método para se buscar determinado conhecimento*”, já para Lakatos e Marconi (1995): “*A metodologia é como uma arma de busca, caçada aos problemas e destruição de erros, mostrando-nos como podemos detectar e eliminar o erro, criticando as teorias e as opiniões alheias e, ao mesmo tempo, as nossas próprias*”. Pode-se dizer, através disso, que metodologia é o caminho para se chegar a um determinado resultado.

Por necessidade de consultas a livros, revistas, artigos, dicionário e jornais, a pesquisa irá fazer uso de uma revisão bibliográfica, onde segundo Silva (2008) pesquisa bibliográfica é: “*Um tipo de pesquisa realizada pela maioria dos pesquisadores mesmo em seu preâmbulo. Essa pesquisa explica e discutem um tema ou problema com base em referências teóricas já publicadas em livros, revistas, periódicos, artigos científicos etc.*”

## CAPÍTULO II

### 2.1-O PLANO DE NEGÓCIOS

A empresa, sorveteria Mara Ice cream ME, trata-se de um negócio que ainda não iniciou suas atividades. Apresenta uma característica importante, por nossa região ter clima tropical. Devido o clima quente a chance da saída do produto é significativa. Diante disso, essa empresa visará atender os públicos de toda faixa etária.

O empreendimento funcionará na Avenida São Paulo, no bairro da Aviação, na cidade de Abaetetuba, em frente de uma escola. Verificou-se que nesse perímetro não há concorrência, fato que facilitará o desenvolvimento do negocio, pois apesar de atender o público de qualquer faixa etária, sabe-se que os consumidores mais freqüentes são as crianças e adolescentes.

A Missão da empresa consiste em se tornar uma referência no que diz a respeito sorvete, picolé e os demais produtos dessa natureza. Objetivo fazer com que o público alvo consuma casa vez mais os nossos produtos, e para precisa-se de um plano de negócios que irá mostrar o caminho a ser seguido na abertura de um empreendimento.

Plano de Negócios ou Business plan (oriundo da língua inglesa) é o documento que contém várias informações sobre o negócio, tais como: sua forma de operar, suas estratégias,

sua plano para conquistar seu espaço no mercado e as projeções de despesas receitas e resultados financeiros.

É um documento que divide o negócio em partes bem definidas. Cada empresa possui sua própria estrutura, já que não existem empresas iguais. As seções devem seguir uma seqüência lógica, permitindo a qualquer um que tenha acesso a ele compreenda como a empresa é formada.

Esta ferramenta possibilita ao empreendedor visualizar os riscos e as vantagens de um novo negócio, definir o perfil de seus clientes, quem será sua concorrência, analisarem o desempenho financeiro do negócio e criar estratégias que visem minimizar as deficiências operacionais do empreendimento.

## 2.2-ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

### 2.2.1-Sumário Executivo

O objetivo deste plano de negócios foi analisar as potencialidades de um novo empreendimento, no caso do exemplo, uma sorveteria.

A empresa oferecerá 10 produtos, visando conquistar clientela apresentando produtos de qualidade e um bom atendimento.

### 2.2.2-Descrição do negócio

#### **-O negócio**

O negócio trata-se uma sorveteria de pequeno porte que ainda não iniciou suas atividades.

#### **-Produtos e serviços**

A sorveteria vai fabricar sorvetes e diversos. Os produtos oferecidos serão: sorvete no copo pequeno, picolé parafuso, sorvete no copo grande, sorvete no casquinho, sorvete no cascão, sorvete na taça, picolé, milk shake, banana split e ice cream Abaeté. Ice cream Abaeté é um sorvete na taça, a moda da casa, que irá conter um bola de sorvete sabor de açaí e outra bola sabor castanha-do-pará, seguido de cobertura da preferência do cliente.

#### **-Mercado**

O clima quente da região contribui de maneira favorável para o consumo de sorvetes na região.

Com um produto de qualidade e um preço competitivo, é possível obter bons lucros com essa atividade.

O atendimento também é um fator decisivo para o negócio, muitas vezes faz a diferença na escolha do cliente, que além de qualidade no produto busca também ser bem atendido.

**-Clientes:**

O sorvete é um produto consumido pela maioria da população, da criança ao adulto por isso com uma boa estratégia de marketing é possível conquistar boa parte dos moradores na localidade e nos bairros vizinhos.

**-Concorrência**

Na cidade de Abaetetuba, onde se pretende abrir o negócio, foram identificadas 4 micro empresas que oferecem o mesmo tipo de produto a um preço bem similar entre elas.

**-Pontos fortes:**

- Possui uma boa estrutura
- Preço competitivo
- Diversidade de produtos

**-Pontos fracos:**

- Não investem em marketing de vendas
- Não busca fidelizar o cliente

**Estrutura organizacional**

Por se tratar de uma micro-empresa no início de suas atividades, será possível no momento a contratação de três funcionários, os mesmos serão remunerados com um salário mínimo fixo mensal.

**2.2.3-Dados financeiros**

**-Fontes de recursos**

Para iniciar qualquer negócio é necessário dispor de um capital que garanta a compra dos equipamentos, móveis e utensílios e material para estoque. O capital utilizado será composto na sua totalidade de economias próprias.

Faremos a seguir um cálculo do capital necessário para colocar em funcionamento o empreendimento:

<b>PLANO DE INVESTIMENTO</b>				
item	Lista de necessidades	Qtde	Preço Unitário	Preço Total
1	Batedeira para massa de sorvete	1	R\$ 370,00	R\$ 370,00
2	Liquidificador industrial	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
3	Freezer	2	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00
4	Balde para armazenamento	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
5	Colheres inox	12	R\$ 2,00	R\$ 24,00
6	Conchas para sorvetes	5	R\$ 10,00	R\$ 50,00
7	Balde para descanso da concha	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
8	Taças p/ cobertura	6	R\$ 4,00	R\$ 24,00
9	Armário de aço	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
10	Formas para picolé	4	R\$ 2,50	R\$ 10,00
11	Televisão	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
12	Necessidade de caixa	-	-	R\$ 2.820,00
13	Mesas	4	R\$ 40,00	R\$ 160,00
14	Taças p/ sorvete	24	R\$ 2,50	R\$ 60,00
15	Cadeiras	20	R\$ 20,00	R\$ 400,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 8.193,00</b>

## 2.3-ANÁLISE DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO

### Balanco de Abertura

O negocio iniciou com um valor de R\$ 10.000,00 no capital social desta empresa. Este comportará a maior parte das necessidades iniciais para abertura do negócio, Conforme o Balanço de Abertura:

<b>BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA</b>			
<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
Circulante	4.870,00	Circulante	
Caixa	R\$ 2.820,00		
Estoque	R\$ 2.050,00		
N-circulante	5.130,00	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	
Máq. Equipamentos	R\$2.670,00	Capital Social	R\$ 10.000,00
Batedeira para massa de sorvete	R\$ 370,00		
Liquidificador industrial	R\$ 500,00		
Freezer	R\$ 1.800,00		
Mov. Utensílios	R\$ 2.460,00		
Mesas	R\$ 160,00		
Cadeiras	R\$ 400,00		
Armário de aço	R\$ 1.500,00		
Televisão	R\$ 400,00		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$10.000,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 10.000,00</b>

### 2.3.1-Apuração dos custos dos produtos

Para encontrarmos o custo variável unitário calculamos os custos diretos de cada produto.

Para estipular o preço de venda é preciso calcular o custo unitário de cada produto que é obtido através da soma dos custos variáveis mais os custos fixos.

Os custos fixos precisam ser alocados ao custo de cada produto por meio de rateio, que foi feito tomando-se como base os custos diretos de cada produto.

Logo o custo unitário de cada produto é calculado através da Folhas de Produto, que informará o custo variável e fixo para cada unidade de produto, o que distinguira a decisão para elaboração do preço de venda: Folha do produto em anexo.

### 2.3.2-Preço de venda

Com o valor do custo unitário dos produtos em mãos estima-se um percentual de lucro desejado para se chegar a um preço de venda. Esse preço deverá cobrir o custo direto da mercadoria/produto/serviço, as custos fixos proporcionais, como aluguel, água, luz, telefone, salários, etc., e ainda, sobrar um lucro líquido adequado.

Lucro estimado: Variando de 1% a 45% (dependendo do produto)

Fórmula para cálculo do preço de venda:

<b>DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA</b>	
<b>Preço de Venda</b>	= $\frac{\text{Custo Total Unit.}}{1 - (\text{Impostos} + \text{Margem de lucro})}$
<b>PRODUTO 1</b>	
<b>Sorvete Copo Pequeno</b>	
Custo Total	R\$ 1,89
<b>Impostos + Margem de</b>	
ISS	5%
M. Lucro	1%
<b>Total</b>	<b>6%</b>
<b>PREÇO DE VENDA</b>	
<b>R\$</b>	<b>2,01</b>
<b>TESTE</b>	
Custo total	R\$ 1,89
ISS	R\$ 0,10
M. Lucro	R\$ 0,02
P. Venda	R\$ 2,01

Obs: as tabelas dos preços dos demais produtos encontram-se em anexo.

### 2.3.3- Ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio é o valor que a empresa precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas. No Ponto de Equilíbrio, a empresa não terá lucro nem prejuízo. É obtido através da fórmula:

<b>PONTO DE EQUILÍBRIO</b>	
<b>PE</b>	<b>= <math>\frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}}</math></b>

É uma ferramenta de grande utilidade que possibilita ao empresário saber em que momento seu empreendimento começa a obter lucro e, assim, torna-se uma importante ferramenta gerencial.

	PE/UNID	PE/ R\$
Sorvete Copo Pequeno	0,91	R\$ 1,83
Picolé Parafuso	0,81	R\$ 2,01
Sorvete copo Grande	0,65	R\$ 1,46
Sorvete no Casquinho	0,85	R\$ 2,74
Sorvete no Cascão	0,38	R\$ 1,50
Sorvete na taça	0,32	R\$ 1,32
Picolé	0,92	R\$ 3,25
Milk Shake	0,10	R\$ 0,43
Banana Split	0,07	R\$ 0,36
Ice cream abaeté	0,07	R\$ 0,28

O ponto de equilíbrio para cada produto está variando de 0,07 a 0,91. Através da análise desta ferramenta, verificamos o momento em que a empresa equilibra as receitas com os custos e despesas.

### 2.3.4- Margem de contribuição

É a diferença entre a receita e o custo variável de cada produto; é o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e lhe pode ser atribuído sem falha.

É um indicador de gestão que representa o excedente de receita sobre os custos e despesas a ela vinculados. É obtida através da fórmula:

$$\text{MC} = \text{Preço de Venda} - \text{Custos Variáveis}$$

### 2.3.5- Fluxo de Caixa

Para gerenciar com eficiência a área financeira de qualquer empresa é necessário implantar alguns relatórios gerenciais, como os indicadores de desempenho para acompanhar periodicamente o desempenho. Um desses relatórios é o Fluxo de Caixa.

Vejamos no anexo uma projeção de nosso fluxo de caixa operacional mensal em um ano e outra projeção deste resultado para cinco anos, considerando uma taxa de crescimento de 20 % a.a.

### 2.3.6 – Valor Presente Líquido (VPL)

Denomina-se *valor presente líquido (VPL)* do fluxo de caixa de um projeto de investimento, à soma algébrica de todos os recebimentos e pagamentos atualizados com base em uma taxa de descontos que corresponda ao *custo de oportunidade* do capital investido. É uma técnica que permite analisar os valores do fluxo de caixa considerando o fator tempo, calculando o valor presente de uma série de pagamentos e recebimentos e deduzir deste o valor do fluxo de caixa inicial, ou seja, o investimento. Este conceito resulta na seguinte fórmula:

$$\text{VPL} = \frac{fn}{(1+i)^n} - \text{INV}$$

VPL = valor presente líquido  
 Fn = Fluxo de caixa  
 i = Taxa de retorno desejável  
 n = vida do projeto em anos  
 INV = investimento inicial

$$\text{taxa de retorno contábil} = \frac{\text{fluxo de caixa anual}}{\text{Investimento}}$$

$$\text{PAYBACK} = \frac{\text{INVESTIMENTO}}{\text{fluxo caixa anual}}$$

### 2.3.7 - Taxa Interna de Retorno (TIR)

Também chamada de Taxa de Retorno Contábil, a Taxa Interna de Retorno de um investimento é a *taxa de desconto* que *anula o valor presente líquido* do fluxo de caixa associado a esse investimento. Em outras palavras, é a taxa de desconto que faz o valor

presente líquido do fluxo de caixa ser igual a zero. Quando superior ao custo do capital investido, o projeto deve ser aceito.

### 2.3.8 – Payback

É o período de tempo necessário para recuperação do investimento inicial, a partir das entradas de caixa. É relativamente simples e seu uso é bastante difundido, entretanto é visto como uma técnica não sofisticada, pois não leva em consideração o valor do dinheiro no tempo.

## 2.4 –ANALISE FINANCEIRA

### 2.4.1.Quociente de Liquidez

Os índices de liquidez permitem verificar a capacidade de pagamento da empresa diante de suas obrigações. Embora estes indicadores sejam de suma importância para a empresa, eles não devem ser analisados isoladamente.

#### 2.4.1.1.Liquidez corrente:

Este indicador representa a capacidade da empresa para pagar suas obrigações em curto prazo, com que esta possui de bens e direitos realizáveis, também, em curto prazo.

<b>Ano 1</b>			
<b>QLC</b>	=	$\frac{AC}{PC}$	=
		$\frac{118.394,69}{49.698,44}$	=
			2,38

No ano 1 (2009), a empresa Mara ice cream apresentou um quociente de liquidez positivo, acima de 1, pois a empresa possui R\$ 2,38 no ativo circulante para cada R\$ 1,00 de passivo circulante, gerando uma folga financeira de R\$ 1,38.

#### 2.4.1.2.Liquidez seca:

Medida de liquidez usada quando se supõe que uma empresa possui estoques com liquidez não imediata. É uma medida de habilidade da empresa em pagar suas obrigações de curto prazo, sem recorrer à venda de seus estoques.

Este tipo de indicador assemelha-se com o índice de liquidez corrente, porém não se considera o valor de estoque.

<b>Ano 1</b>			
<b>QLS</b>	=	$\frac{AC - E}{PC}$	=
		$\frac{93.518,69}{49.698,44}$	=
			1,88



A empresa possui R\$1,88 de Ativo Circulante Líquido para cada R\$1,00 de Passivo Circulante. Em outras palavras: para cada R\$1,00 de obrigações em curto prazo, a empresa possui R\$1,88 de direitos também em curto prazo, descontando o estoque. A empresa possui R\$0,50 (liq. Corrente – liq. Seca) de estoque e R\$1,88 de direitos em curto prazo.

#### 2.4.1.3. Liquidez imediata:

Mostra o quanto dispomos imediatamente para saldar nossas dívidas de curto prazo. A empresa apresentou índice de 1,88 no ano 2009.

<b>Ano 1</b>			
<b>QLI</b>	=	$\frac{\text{DISP}}{\text{PC}}$	=
		$\frac{93.518,69}{49.698,44}$	=
			<b>1,88</b>

Esse valor significa que para cada R\$1,00 de obrigações em curto prazo, a empresa possui R\$1,88 de direitos em curto prazo, representados pelas disponibilidades. Em outras palavras: a empresa poderia pagar nesta data 188% do valor que deve em curto prazo, ou seja, poderia pagar mais de 100% de suas dívidas.

#### 2.4.1.4. Liquidez geral:

Reflete a capacidade de pagamento da empresa em longo prazo, considerando tudo que ela converterá em dinheiro, a curto e longo prazo, relacionando-se com tudo o que já assumiu como dívida, a curto e longo prazo. No caso da empresa analisada, podemos verificar que esta apresentou um índice de 2,44.

<b>Ano 1</b>			
<b>QLG</b>	=	$\frac{\text{AC} + \text{AÑC}}{\text{PC} + \text{PÑC}}$	=
		$\frac{121.090,69}{49.698,44}$	=
			<b>2,44</b>

A empresa possui R\$2,44 no Ativo Circulante e Realizável a Longo Prazo para cada R\$1,00 de dívida total. Isso representa que a empresa possui obrigações a curto e longo prazo menores que os direitos a curto e longo prazo, gerando uma folga financeira de R\$1,44.

### 2.4.2.– Quociente de Endividamento

#### 2.4.2.1 Indicador de Participação de Capitais de Terceiros sobre Recursos Totais:

Através deste índice podemos observar qual a proporção entre capitais de terceiros e patrimônio líquido utilizado pela empresa. O índice de participação de capitais de terceiros

relaciona, portanto as duas fontes de recursos da empresa, ou seja, Capitais próprios e capitais de terceiros. É um indicador de risco ou de dependência a terceiros por parte da empresa. Também pode ser chamado índice de grau de endividamento. Do ponto de vista estritamente financeiro, quanto maior a relação capitais terceiros/patrimônio líquido menor a liberdade de decisões financeiras da empresa ou maior a dependência a esses terceiros, e do ponto de vista de obtenção de lucro, pode ser vantajoso para a empresa trabalhar com capitais de terceiros, se a remuneração paga a esses capitais de terceiros for menor do que o lucro conseguido com a sua aplicação nos negócios.

<b>Ano 1</b>		
<b>PC + PÑC</b>	49.698,44	
<b>RT</b>	121.090,69	0,41

A empresa apresentou um indicador de 0,41 ou 41% no ano 2009, isto representa o valor de Capitais de terceiros sobre os recursos totais da empresa. Isso representa que de cada R\$ 100,00 investido, R\$ 41,00 é de capitais de terceiros. Isso é favorável, pois significa que mais da metade do capital da empresa é capital próprio.

#### 2.4.2.2 Indicador de Garantia de Capital Próprio ao Capital de terceiros

A empresa apresentou um valor de 0,59. Para cada R\$ 1,00 de Capital de Terceiros há R\$ 0,59 de Capital Próprio.

<b>Ano 1</b>		
<b>PL</b>	71.392,26	
<b>PC + PÑC</b>	121.090,69	0,59

Isso é favorável, pois faz com que a empresa fique independente de capitais de terceiros, possibilitando a independência na tomada de decisões.

#### 2.4.2.3 Composição do Endividamento

Este tipo de indicador mostra se a empresa opera mais com dívidas a Curto ou Longo Prazo. Isto é, as obrigações a curto prazo comparadas com as obrigações totais.

Observando o coeficiente da composição do endividamento podemos observar que a empresa apresentou valor 1,00 no ano de 2009.

<b>Ano 1</b>		
<b>PC</b>	49.698,44	
<b>PC + PNC</b>	49.698,44	1,00

O índice 1,00 indica que 100% das dívidas totais da empresa são a curto prazo, o que é desfavorável para a mesma pois, devido ao curto período de vencimento, a empresa não tem tempo para gerar recursos, o que pode influenciar negativamente.

### 2.4.3 – Quociente de Atividade

Os indicadores de Atividade permitem conhecer a evolução da atividade operacional da empresa. São estes indicadores que nos fornecem informações valiosas a respeito das vendas efetuadas no período, compara os prazos médios de pagamento e recebimento identificando se há incoerência entre ambos, indica o retorno sobre o ativo, quantas vezes o estoque se renovou. Essas informações são de fundamental importância para a correta tomada de decisão e uma visão global do comportamento da produção que compreendem as vendas, compras, pagamentos e recebimentos, ou seja, são fundamentais para enriquecer a análise da situação financeira da empresa.

#### 2.4.3.1 Rotação de Estoques

Este quociente procura representar quantas vezes o estoque se renovou em decorrência das vendas, compreendendo o período em que o produto e/ou mercadoria ficam armazenada até o momento da venda.

<b>Ano 1</b>		
<b>RE</b>	<b>CPV</b>	
=	=	
<b>EM</b>	<b>24.600,00</b>	
	<b>24.876,00</b>	<b>0,99</b>

A empresa analisada apresentou uma rotação de estoque de 0,99 no ano 2009, ou seja, o estoque é renovado praticamente 1 vez por mês.

#### 2.4.3.2 Rotação de Ativo

Esse quociente, conhecido também como produtividade, significa a eficiência com que a empresa utiliza seus ativos, com o objetivo de gerar ativos reais de vendas.

<b>Ano 1</b>		
<b>RA</b>	$= \frac{\text{VL}}{\text{AM}} =$	$\frac{142.549,43}{121.090,69} = 1,18$

Isso significa que para cada R\$ 1,00 investido a empresa vende R\$ 1,18.

#### 2.4.3.3 Margem Líquida

Demonstra a margem de lucro auferida por cada unidade de produto vendida.

<b>Ano 1</b>		
<b>Margem</b>	$= \frac{\text{LL}}{\text{VL}} =$	$\frac{\text{R\$ } 61.392,26}{\text{R\$ } 142.549,43} = 0,43$

Isso indica que para cada R\$ 1,00 investido pela empresa, em 2009, apenas R\$0,43 é obtido de lucro, o que torna esse índice insatisfatório.

#### 2.4.3.4 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO

O prazo médio de recebimento é o período compreendido entre o momento em que foram efetuadas as vendas e o momento do pagamento dessas vendas. Ou seja, é o tempo em que a empresa financia a venda de seus produtos ou serviços; é o tempo médio que seus clientes demoram para pagar pelos produtos comprados da empresa.

<b>Ano 1</b>		
<b>PMR</b>	$= \frac{\text{CR}}{\text{Vendas}} =$	$\frac{0,00}{360,00} = 0,00$

Esse índice mostra que a empresa realiza suas vendas em sua totalidade à vista.

### 2.4.3.5 PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO

Prazo médio de pagamento é o prazo médio concedido pelos fornecedores para o pagamento de suas compras, ou seja, indica o período em que a empresa dispõe das mercadorias ou dos materiais de produção sem desembolsar os valores correspondentes.

<b>Ano 1</b>			
	<b>Fornec</b>	<b>14.077,69</b>	
	<b>compras</b>	<b>61.866,00</b>	
<b>PMP</b>	<b>=</b>	<b>=</b>	<b>81,92</b>
	<b>360,00</b>	<b>360,00</b>	

A empresa leva, em média, 82 dias para efetuar o pagamento de seus fornecedores. Isso é favorável, pois é de fundamental importância que o prazo de pagamento seja maior que o de recebimento, para que haja sincronia entre eles.

### 2.4.3.6 POSICIONAMENTO RELATIVO

Este indicador é de fundamental importância para o bom desenvolvimento da atividade empresarial. Seu papel é confrontar os prazos de pagamento e recebimento, demonstrando se a empresa recebe suas vendas antes ou depois do pagamento de seus fornecedores.

<b>Ano 1</b>			
	<b>CR</b>	<b>0,00</b>	
	<b>Vendas</b>	<b>146.958,18</b>	
<b>PMR</b>	<b>=</b>	<b>=</b>	<b>0,00</b>
	<b>360,00</b>	<b>360,00</b>	

Como a empresa não vende a prazo o posicionamento relativo é zero, sendo um índice favorável por ser menor que 1. Assim, sempre tem o capital necessário para pagar suas dívidas e comprar novas mercadorias.

### 2.4.5 – Quociente de Rentabilidade

Os índices de rentabilidade tratam da apreciação dos aspectos econômicos na análise empresarial. Seu objetivo está voltado para o potencial de vendas da empresa e sua habilidade de gerar resultados. Logo, mostram o quanto rederam os investimentos realizados pela empresa e, dessa forma, qual o seu grau de êxito econômico.

### Retorno sobre investimento

O retorno sobre o investimento representa a combinação entre todas as aplicações e os resultados que as mesmas proporcionam, ou seja, o lucro ou prejuízo.

$RI = \frac{\text{Ano 1} \quad (LL \times VL) \times 100\%}{VL \times AM}$	8.751.431.365,32	=	51%
	17.261.409.266,68		

A empresa possui um poder de ganho de 51%. Em outras palavras, para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de R\$ 0,51.

### Taxa de retorno total

Taxa de retorno sobre investimento total é toda a aplicação realizada pela empresa com o objetivo de obter retorno, ou seja, lucro.

$T = \frac{(LAJI \times VL) \times 100\%}{VL \times CPT}$	11.314.067.699,19	=	66%
	17.261.409.266,68		

Isso significa *o poder de ganho da empresa* que, em média, para cada R\$ 1,00 investido há um ganho de R\$ 0,66. Logo haverá uma demora de 1ano e meio para que a empresa obtenha de volta seu investimento (100% / 66%).

### Retorno sobre patrimônio líquido

A taxa de retorno sobre patrimônio líquido pode ser definida como a rentabilidade, o poder de ganho dos empresários, tendo em vista que o lucro líquido com o patrimônio líquido representam os valores onde estão alocados os recursos dos empresários, logo pode-se verificar a remuneração que está sendo oferecida ao capital próprio.

$TP = \frac{LL \times 100}{PL}$	6.139.225,65	=	8599%
	71.392,26		

Os proprietários da empresa obtiveram um ganho de R\$ 85,99 para cada 1,00 investido. Isso significa que os empresários levarão, em média,....anos para ter retorno dos seus investimentos.

## 2.4.6 Fator de insolvência

Indica-nos a possibilidade de falência ou não da empresa. Segundo termômetro de Kanitz, se após aplicarmos a fórmula, o resultado for abaixo de -3, indica que a empresa encontra-se em situação de insolvência, com sérias possibilidades de falência, se for entre -3 a 0, a situação da empresa requer certos cuidados, por tender a falência; mas se caso o resultado for positivo, mostra-nos que empresa possui solvência e, com isso, menor será a possibilidade de falência.

FATOR DE INSOLVÊNCIA		
$X1 = \frac{\text{Ano 1 (LL) x 0,05}}{\text{PL}} =$	$\frac{\text{R\$ 3.069,61}}{\text{R\$ 71.392,26}} =$	0,043
$X2 = \frac{\text{AC} + \text{AÑC} \times 1,65}{\text{PT}} =$	$\frac{\text{R\$ 122.843,09}}{\text{R\$ 49.698,44}} =$	2,47
$X3 = \frac{\text{AC} - \text{E} \times 3,55}{\text{PC}} =$	$\frac{\text{R\$ 30.084,89}}{\text{R\$ 49.698,44}} =$	0,61
$X4 = \frac{\text{AC} \times 1,06}{\text{PC}} =$	$\frac{\text{R\$ 125.498,37}}{\text{R\$ 49.698,44}} =$	2,53
$X5 = \frac{\text{PT} \times 0,33}{\text{PL}} =$	$\frac{\text{R\$ 16.400,48}}{\text{R\$ 71.392,26}} =$	0,23
$\text{FI} =$	$X1 + X2 + X3 - X4 - X5$	
$\text{FI} =$	$0,37$	

A empresa apresentou Fator de Insolvência positivo, 0,37, que está localizados na faixa de solvência do termômetro de insolvência. Isso significa que há reduzidas possibilidades de falência da empresa.

## OVERTRADING

Podemos conceituar overtrading como o desequilíbrio econômico financeiro das empresas, que leva a sua “morte empresarial”. Este é provocado por diversos fatores

conjunturais, que podem desequilibrar de tal modo sua estrutura, a ponto de levá-las à falência.

<b>OVERTRAINING</b>		
<b>FÓRMULAS</b>	<b>Ano 1</b>	<b>DESEMPENHO</b>
<b><u>ATIVO PERMANENTE</u></b> x 100 <b>ATIVO TOTAL</b>	<b>2%</b>	<b>BOM</b>
<b><u>ATIVO CIRCULANTE</u></b> x 100 <b>ATIVO TOTAL</b>	<b>98%</b>	<b>BOM</b>
<b><u>CAPITAIS PRÓPRIOS</u></b> x 100 <b>ATIVO TOTAL</b>	<b>59%</b>	<b>BOM</b>
<b>CGP= PL - PERMANENTE</b>	<b>58%</b>	<b>BOM</b>
<b>LUCRO LIQUIDO</b> x 100 <b>VENDAS</b>	<b>42%</b>	<b>RISCO</b>
<b>ESTOQUE</b> x 100 <b>ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>21%</b>	<b>BOM</b>
<b>DUPLIC. RECEBER</b> x 100 <b>ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>0%</b>	<b>BOM</b>
<b>FORNECEDORES</b> x 100 <b>ESTOQUE</b>	<b>57%</b>	<b>BOM</b>
<b>AUMENTO DE CAPITAIS ALHEIOS A C/P</b> <b>AUMENTO DE VENDAS</b>	<b>1,08</b>	<b>BOM</b>
<b>AUMENTO DE ESTOQUES</b> <b>AUMENTO DE CMV</b>	<b>16,83</b>	<b>BOM</b>
<b>AUMENTO DO FAT. RECEBER</b> <b>AUMENTO DAS VENDAS</b>	<b>0,00</b>	<b>BOM</b>
<b>VENDAS</b> <b>CAPITAL DE GIRO PRÓPRIO</b>	<b>2,14</b>	<b>BOM</b>

De acordo com a tabela acima, podemos verificar que:

- O ativo permanente representa apenas 2% do total do ativo. O que é favorável, pois significa que o ativo circulante não está atrofiado, beneficiando a expansão operacional da empresa.
- A maior parte do Ativo total está localizada no ativo circulante, o que beneficia a sua conversão em numerário.



- 59% do ativo total é capital próprio, o que beneficia a independência na tomada de decisões.
- 58% (correspondendo a R\$ 68.696,26) do ativo circulante é capital próprio, onde apenas 42% corresponde a capitais de terceiros. Sendo que este percentual pode prejudicar a empresa acima de 75%.
- 42% das vendas é revestida em lucro. Esse índice mostra que os produtos não estão tendo uma boa receptividade do consumidor quanto ao preço de venda, por ter uma acentuada incidência de custos, o que poderá levar a prejuízos que comprometeram a consistência de capitais próprios.
- 21% do ativo circulante é absorvido pelo estoque. Sendo que se esse percentual fosse alto poderia representar um fator de desequilíbrio.
- O fato da empresa só vender à vista é um fator bastante favorável.
- 57% do estoque está financiado por capitais de terceiros. Sendo que se esse percentual fosse maior que 75%, seria fator de desequilíbrio, pois indicaria que a empresa estaria trabalhando com estoque financiado inteiramente por capitais de terceiros.
- O aumento do endividamento está proporcional ao aumento de vendas, o que indica que a empresa não está imobilizando o capital.
- O volume de estoque está conseguindo acompanhar o aumento do volume de vendas, fator favorável para a empresa.
- As vendas estão sendo desenvolvidas em sua maioria por capital próprio, que demonstra que a empresa tem capital próprio suficiente para manter o desenvolvimento das vendas.

## EBITDA

O Ebtida, também conhecido como Lajida, representa o lucro antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações, sendo um importante indicador do verdadeiro desempenho da empresa, pois ajuda no processo de análise da situação da mesma, e objetiva a mensuração da geração de potencial de caixa gerado pelos ativos operacionais, detectando situações, verificando as tendências dos acontecimentos e dando suporte para que a administração possa direcionar os esforços na direção correta. Assim, este indicador revela as

informações mais importantes para fins de análise dos investidores e analistas, além de ser o fator de remuneração dos acionistas, pois é a base de cálculos dos dividendos.

<b>EBITDA</b>	<b>Ano 1</b>	
	<b>2009</b>	
<b>Receita Operacional Bruta</b>	R\$	146.958,18
<b>( - ) Deduções da Receita Bruta</b>		
ISS	R\$	4.408,75
<b>= Receita Operacional Líquida</b>	<b>R\$</b>	<b>142.549,43</b>
<b>( - ) CPV</b>	R\$	24.600,00
<b>= Resultado Operacional Bruto</b>	<b>R\$</b>	<b>117.949,43</b>
<b>( - ) Despesas Operacionais</b>	R\$	38.580,00
Aluguel	R\$	2.040,00
Água	R\$	168,00
Energia elétrica	R\$	240,00
Depreciação Acumulada	R\$	3.684,00
Material de limpeza	R\$	96,00
Material de expediente	R\$	180,00
Salário de func.	R\$	18.360,00
Encargos Sociais	R\$	12.852,00
Telefone	R\$	960,00
<b>EBITDA</b>	<b>R\$</b>	<b>79.369,43</b>

O Ebtida da empresa em estudo é de R\$ 79.369,43, que é o lucro operacional corrente, evidenciando a capacidade da empresa em ganhar dinheiro na atividade, medindo o potencial da renda, independente das fontes de financiamento.

### **CAPÍTULO III**

#### **4.1-CONCLUSÃO**

Ficou evidenciado a importância de um plano de negócio na fase de criação de um empreendimento, pois essa ferramenta de gestão nos possibilita fazer uma análise prévia, mesmo que às vezes hipotética, dos aspectos relevantes que mantêm um bom negócio como: vendas, preço e concorrência, etc.

Saber adequar um modelo de plano de negócios a cada tipo de empresa é a chave para se encontrar resultados fieis as reais qualidades que ela apresenta, dando subsídios ao futuro empresário, definindo se vale a pena investir no negócio ou se deve procurar alternativa mais viável.

Com base nos dados levantados a respeito dos aspectos gerais ligados ao empreendimento, como clientela, concorrência, custos envolvidos e margem de lucro, entre outros, o mesmo não demonstrou ser uma boa opção para investimento.

## REFERÊNCIAS

-DIAS, Antônia Maria Batista de Sousa- Trabalho de Conclusão de Curso- 2004.

Sites consultados:

-<http://www.geraneocio.com.br>

-<http://www.planodenegocios.com.br>

-<http://www.peritocontador.com.br>

-<http://www.sebrae.com.br>