



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ANA CLÁUDIA SILVA DOS SANTOS GONÇALVES**

**ESTUDO DE UMA EMPRESA NA FEIRA DE LANCHE DO VER-O-PESO SOB A  
ÓTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS**

**BELÉM  
2007**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ANA CLÁUDIA SILVA DOS SANTOS GONÇALVES**

**ESTUDO DE UMA EMPRESA NA FEIRA DE LANCHE DO VER-O-PESO SOB A  
ÓTICA DO PLANO DE NEGÓCIOS**

**Trabalho de conclusão da  
Disciplina Administração  
Financeira e Orçamentária  
Empresarial, integrante do  
Curso de Ciências Contábeis.**

**Orientador: Professor Héber Lavor Moreira**

**BELÉM  
2007**

## RESUMO

Este trabalho procura destacar a importância de inserir uma empresa em atividade no mercado, a mais de vinte anos, no contexto do Plano de Negócios, na tentativa de estruturar contabilmente o empreendimento.

Muitos comerciantes exercem a atividade durante anos somente com o aprendizado adquirido com a experiência de vida, sem nenhuma fundamentação teórica. Poucos são aqueles que conseguem manter o negócio com alguma independência financeira, a maioria retira do empreendimento apenas o necessário para a sobrevivência.

O principal problema dos empreendimentos é o fato dos investidores lançarem-se no mundo dos negócios sem nenhuma análise dos riscos que poderão ocorrer no caso de um empreendimento sem orientação.

Por essa razão, procurou-se desenvolver um Plano de Negócios para a atividade exercida pelo Senhor João Gonçalves (venda de lanche na Feira do Ver-o-Peso). Negócio que apesar de não ter tido nenhum planejamento inicial, se manteve no mercado a mais de duas décadas. Contudo, o estudo mais detalhado mostrou que a atividade possui potencial ainda não explorado pelo comerciante, sendo esse o objetivo de desenvolver este Plano para a atividade em questão.

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	5
PLANO DE NEGÓCIO PARA A EMPRESA “LOURO LANCHES DO VER-O-PESO” .....	7
1. Prospecto Elucidativo .....	7
1.1 Sumário para Decisão .....	7
1.2 Oportunidade Estratégica .....	7
1.3 Potencialidade da Empresa .....	7
1.4 Estratégias do Negócio .....	7
1.5 Recursos Necessários .....	8
1.6 Benefícios Esperados .....	8
1.7 Necessidade de Capital de Giro .....	9
1.8 Avaliação do Desempenho e Etapas Fundamentais .....	9
2. Análise da Empresa .....	9
2.1 Dados Históricos .....	9
2.2 Produtos .....	9
2.3 Mercados .....	10
2.4 Clientes .....	10
2.5 Posição Tecnológica .....	10
2.6 Análise de Custos .....	11
2.7 Pontos Fortes e Fracos da Empresa .....	12
2.8 Base de Competição .....	13
3. Análise da Produção .....	14
3.1 Identificação e Definição da Produção .....	14
3.2 Tamanho da Produção e Índice de Crescimento .....	14
3.3 Sazonalidades .....	14
3.4 Ciclos de Vida da Produção .....	15
4. Análise do Mercado .....	15
4.1 Alcance e Distribuição do Mercado .....	15
4.2 Principais Clientes e Concentração .....	15
4.3 Tática de Vendas .....	16
4.4 Promoção e Propaganda .....	16
4.5 Os Principais Competidores .....	16
5. Dados Financeiros .....	16
5.1 Fontes de Recursos Financeiros .....	16
5.2 Balanço Patrimonial Inicial .....	17
5.3 Projeção do Fluxo de Caixa .....	17
5.4 Ponto de Equilíbrio .....	18
6. Indicadores de Desempenho Financeiro .....	18
6.1 Endividamento Total .....	18
6.2 Garantia de Capital de Terceiros .....	19
6.3 Imobilização do Capital Próprio .....	19
6.4 Liquidez Geral .....	20
6.5 Capital Circulante Líquido .....	20
6.6 Liquidez Instantânea ou Absoluta .....	20
6.7 Liquidez Seca .....	21
6.8 Liquidez Corrente .....	21
Considerações Gerais .....	22
Bibliografia .....	23

## INTRODUÇÃO

Um dos principais problemas enfrentados pelas capitais brasileiras é o “inchaço populacional” ocorrido, principalmente, em virtude do êxodo rural, que teve sua fase mais intensa durante a segunda metade do século passado.

Em decorrência desse atrativo, as capitais passaram a enfrentar problemas, até então, pouco conhecidos. As cidades não possuíam infra-estrutura suficiente para abrigar e empregar pessoas, na maioria dos casos sem nenhuma escolaridade. Por essa razão, começaram a surgir as submoradias, ou seja, lugares sem nenhum saneamento básico ou condições de moradia passaram a abrigar inúmeras pessoas, como por exemplo, as favelas. Outro problema enfrentado pelas cidades foi - e ainda nos dias de hoje se faz presente - o alto índice de desemprego enfrentado pela população.

Como consequência desse problema, a população procurou outras alternativas para não morrer de fome junto às suas famílias. Uma das alternativas encontradas foi o trabalho no mercado informal, ou seja, muitas pessoas passaram a exercer atividades sem vínculo empregatício ou tentar negócios por conta própria. Um exemplo claro são os trabalhadores das inúmeras feiras livres de Belém, entre elas, a Feira do Ver-o-Peso, na qual muitas pessoas exercem atividades informais, como venda de frutas, roupas, cd's , dvd's, sapatos, ervas, além é claro da venda de lanches populares, assunto a ser abordado neste trabalho.

A grande maioria dos feirantes do local exerce a atividade sem nenhum planejamento do empreendimento, apenas a experiência e a vontade de gerir e administrar os negócios. Por isso, a maioria dos empreendimentos não tem sido duradouros, pois sem um planejamento adequado as chances de fracassar superam em grande número as de se obter sucesso.

Por essa razão, este estudo tem como principal objetivo orientar o empreendedor com relação a importância de se implantar o Plano de Negócios em uma empresa que iniciou suas atividades sem nenhum planejamento prévio.

Para a escolha do Plano de Negócios nessa área comercial levou-se em consideração o fato dessa atividade ser exercida na feira sem nenhuma orientação, na maioria dos casos.

# **PLANO DE NEGÓCIO PARA A EMPRESA “LOURO LANCHES DO VER-O-PESO”**

## **1. *Prospecto Elucidativo***

### **1.1 Sumário para Decisão**

Este Plano de Negócios foi desenvolvido para auxiliar o empresário João Gonçalves na gestão de seu empreendimento no setor de comércio.

A empresa denominada “Louro Lanches do Ver-o-Peso” está em operação a cerca de vinte anos e oferece lanches a preços atrativos aos freqüentadores da Feira do Ver-o-Peso.

O negócio consistirá em oferecer aos clientes a possibilidade de aquisição de lanche com qualidade associado ao baixo custo, se comparado às outras lanchonetes.

### **1.2 Oportunidade Estratégica**

O negócio visa atender os freqüentadores da feira do Ver-o-Peso, assim como os funcionários das lojas do local e os outros feirantes. Visto a enorme procura por alimentação, das pessoas que circulam diariamente no local.

### **1.3 Potencialidade da Empresa**

O Empreendimento tem como ponto forte uma grande leva da população paraense, principalmente de baixa renda, que utiliza a feira do Ver-o-Peso para diversos fins, como comprar roupas, sapatos, ervas, frutas, verduras, dentre outras mercadorias tão abundantes no local e que não possuem condições financeiras para a alimentação em restaurantes como os localizados na Estação das Docas, por exemplo.

### **1.4 Estratégias do Negócio**

A estratégia do negócio é fornecer lanches de boa qualidade com preço baixo aos funcionários das lojas, freqüentadores da feira e aos próprios trabalhadores do local. Assim, o empreendimento visa atender, com um custo mínimo e uma margem de lucro satisfatória, a grande população que freqüenta diariamente o local. Esse custo mínimo é possível devido aquisição de produtos em quantidade elevada que

diminui o custo de aquisição de algumas mercadorias e a oferta de sucos com a fruta regional em safra, ou seja, neste caso considera-se a sazonalidade. Além é claro, da preocupação com o diferencial na qualidade do atendimento aos clientes.

### 1.5 Recursos Necessários

Os recursos necessários para o negócio são muitos e requerem um alto investimento, visto que o negócio precisa de diversos equipamentos e também de um elevado valor em dinheiro para aquisição de mercadorias imprescindíveis para o funcionamento da atividade. Entretanto, o alto investimento é compensatório, pois o retorno é quase que imediato. As vendas são efetuadas com o pagamento a vista que permite adquirir as mercadorias da mesma forma. Os recursos necessários já foram indicados através de uma lista de necessidades apresentada.

<b>BENS NECESSARIOS</b>			
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Necessidade de Caixa			1.620,00
Ponto Comercial na Feira do Ver-o-Peso	1	15.000,00	15.000,00
Máquina de Moer Cana	1	20.000,00	20.000,00
Freezer Vertical	1	4.000,00	4.000,00
Freezer Horizontal	3	1.200,00	3.600,00
Fritadeira Elétrica	1	800,00	800,00
Estufa	4	300,00	1.200,00
Refresqueira	5	1.500,00	7.500,00
Fogão Industrial	2	250,00	500,00
Liquidificador	2	80,00	160,00
Espremedor de Frutas	1	70,00	70,00
Vasilhames para Armazenamento	10	28,00	280,00
Panelas	10	130,00	1.300,00
Garrafão	50	0,70	35,00
Banquetas (Banco)	10	20,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>56.265,00</b>

### 1.6 Benefícios Esperados

Diante de um produto de boa qualidade e com preço baixo oferecido aos clientes, os benefícios esperados são: a obtenção de uma margem de lucro que atenda às necessidades do comerciante e a satisfação dos clientes que contribuem com o desenvolvimento da atividade.

## **1.7 Necessidade de Capital de Giro**

O capital destinado ao funcionamento da empresa é primordial para a legalização e manutenção das atividades. Também se faz necessário um alto valor em Caixa, visto que a compra de mercadorias é efetuada a vista e realizada quase que diariamente.

## **1.8 Avaliação do Desempenho e Etapas Fundamentais**

O bom desempenho do negócio se dará em virtude do aproveitamento do alto potencial do local para vendas de mercadorias com valores populares. Esse aproveitamento se dará com o bom atendimento aos clientes, proporcionando a satisfação por ele almejada. Assim, o negócio cumprirá as etapas necessárias ao bom desempenho do empreendimento.

## **2. *Análise da Empresa***

### **2.1 Dados Históricos**

A atividade de vender lanches na Feira do Ver-o-Peso é desenvolvida a vários anos pelo Senhor João Gonçalves, proprietário da barraca. O trabalho inicialmente era realizado com o fornecimento de caldo de cana aos proprietários existentes no local. Pouco depois o ponto de lanche foi adquirido pelo comerciante e desde então, cerca de vinte anos, essa atividade é desenvolvida.

### **2.2 Produtos**

Os produtos vendidos pela empresa na Feira do Ver-o-Peso são, em grande maioria, produzidos pelo proprietário. Os sucos de diversos sabores (Cupuaçu, Maracujá e Acerola) são produzidos no dia à medida que há necessidade para o consumo. Além dos sucos, existe também a produção de coxinha de frango e de

unha de caranguejo que é realizada diariamente, de acordo com a necessidade. As únicas mercadorias adquiridas de terceiros são os demais salgados (pirosk, enrolado, pastel, orelha e quibe). Os fornecedores recebem o pagamento pelo fornecimento dos salgados no exato momento da entrega dos produtos.

### **2.3 Mercados**

O mercado consumidor, a cada ano que passa fica cada vez mais diversificado. Isso está ocorrendo, sobretudo, devido o crescimento do turismo no Estado do Pará, no qual está inserida a capital Belém que possui como um dos principais pontos turísticos O Mercado do Ver-o-Peso. Contudo, os turistas são apenas um a pequena parcela do público consumidor, o público alvo é a própria população de Belém que utiliza uma das maiores feiras livres da América Latina, a Feira do Ver-o-Peso, na qual existem várias opções para o consumo, suprimindo as necessidades existentes.

### **2.4 Clientes**

Diversos são os tipos de clientes que apreciam o lanche no Ver-o-Peso, mas os principais representantes dos consumidores são os freqüentadores diários da feira que engloba as pessoas que vão as compras, os trabalhadores das lojas e dos demais setores da feira, como os vendedores de frutas, ervas, descartáveis, refeições, entre outros, além é claro dos turistas que ao conhecer Belém, passam pela grande feira.

### **2.5 Posição Tecnológica**

O empreendimento dispõe de diversos equipamentos que dão subsídios ao comerciante para que este ofereça lanches com higiene e, sobretudo a conservação dos alimentos vendidos à população na feira do Ver-o-Peso.

## 2.6 Análise de Custos

Os custos necessários ao funcionamento do empreendimento foram listados de acordo com o preparo/produção de cada produto. O custo unitário dos produtos foi calculado com base na produção diária dos lanches e somado ao final do mês para saber o custo mensal do produto, conforme a Folha do Produto, listada a seguir:

<b>PRODUTO 1</b>			<b>PRODUTO 2</b>		
<b>Salgado - Coxinha de Frango</b>			<b>Salgado - Unha de Caranguejo</b>		
<b>Produção Mensal de 6.500 Salgados</b>			<b>Produção Mensal de 6.500 Salgados</b>		
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO</b>	<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO</b>
Trigo	314,60	0,05	Trigo	314,60	0,05
Frango	1.027,00	0,16	Massa de Caranguejo	1.170,00	0,18
Óleo	49,40	0,01	Óleo	49,40	0,01
Farinha de Pão	19,50	0,00	Farinha de Pão	19,50	0,00
Cebola	52,00	0,01	Cebola	52,00	0,01
Tempero Pronto	39,00	0,01	Tempero Pronto	39,00	0,01
Alho	9,10	0,00	Alho	9,10	0,00
Cheiro Verde	26,00	0,00	Cheiro Verde	26,00	0,00
Limão	19,50	0,00	Limão	19,50	0,00
Funcionário	325,00	0,05	Funcionário	325,00	0,05
Outros Temperos	5,20	0,001	Outros Temperos	5,20	0,001
Gás	30,00	0,005	Gás	30,00	0,005
<b>TOTAL (CV)</b>	<b>1.916,30</b>	<b>0,29</b>	<b>TOTAL (CV)</b>	<b>2.059,30</b>	<b>0,32</b>
<b>CUSTOS E DESP. FIXAS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO</b>	<b>CUSTOS FIXOS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO</b>
Energia Elétrica	15,03	0,002312308	Energia Elétrica	15,03	0,002312308
Água	10,00	0,001538480	Água	10,00	0,001538480
Depreciação	14,17	0,002179487	Depreciação	14,17	0,002179487
Funcionários	500,00	0,076923077	Funcionários	500,00	0,076923077
<b>TOTAL (CF)</b>	<b>539,20</b>	<b>0,08</b>	<b>TOTAL (CF)</b>	<b>539,20</b>	<b>0,08</b>
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>0,38</b>	<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>0,40</b>

<b>PRODUTO 3</b>		
<b>Salgados - Pastel de Queijo e Camarão, Orelha, Pirosk</b>		
<b>Aquisição Mensal de 9.000 salgados</b>		
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO</b>
Salgados	3.150,00	0,35
<b>TOTAL (CV)</b>	<b>3.150,00</b>	<b>0,35</b>
<b>CUSTOS FIXOS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO</b>
Depreciação	2,50	0,0003
Funcionários	500,00	0,0556
<b>TOTAL (CF)</b>	<b>502,50</b>	<b>0,0558</b>
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>0,41</b>

<b>PRODUTO 4</b>			
<b>Suco de Cupuaçu</b>			
<b>Produção Mensal de 675 l</b>			
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO POR LITRO</b>	<b>CUSTO POR COPO (250ml)</b>
Polpa de Cupuaçu	337,50	0,50	0,13
Açúcar	30,00	0,04	0,01
Leite Condensado	33,75	0,05	0,01
<b>TOTAL (CV)</b>	<b>401,25</b>	<b>0,59</b>	<b>0,15</b>
<b>CUSTOS FIXOS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO POR LITRO</b>	<b>CUSTO POR COPO (250ml)</b>
Depreciação	27,00	0,040	0,010
Funcionários	500,00	0,741	0,185
<b>TOTAL (CF)</b>	<b>527,00</b>	<b>0,781</b>	<b>0,195</b>
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>1,38</b>	<b>0,34</b>

<b>PRODUTO 5</b>			
<b>Suco de Maracujá</b>			
<b>Produção Mensal de 450 litros (450.000 ml)</b>			
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO POR LITRO</b>	<b>CUSTO POR COPO (250ml)</b>
Maracujá	120,00	0,27	0,07
Açúcar	60,00	0,13	0,03
<b>TOTAL (CV)</b>	<b>180,00</b>	<b>0,40</b>	<b>0,10</b>
<b>CUSTOS FIXOS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO POR LITRO</b>	<b>CUSTO POR COPO (250ml)</b>
Depreciação	27,00	0,060	0,02
Funcionários	500,00	1,111	0,28
<b>TOTAL (CV)</b>	<b>527,00</b>	<b>0,060</b>	<b>0,29</b>
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>0,46</b>	<b>0,39</b>

<b>PRODUTO 6</b>			
<b>Suco de Acerola</b>			
<b>Produção Mensal de 450litros</b>			
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO POR LITRO</b>	<b>CUSTO POR COPO (250ml)</b>
Acerola	90,00	0,20	0,05
Açúcar	45,00	0,10	0,03
<b>TOTAL (CV)</b>	<b>135,00</b>	<b>0,30</b>	<b>0,08</b>
<b>CUSTOS FIXOS</b>	<b>CUSTO MENSAL</b>	<b>CUSTO POR LITRO</b>	<b>CUSTO POR COPO (250ml)</b>
Depreciação	27,00	0,060	0,02
Funcionários	500,00	1,111	0,28
<b>TOTAL (CV)</b>	<b>527,00</b>	<b>0,060</b>	<b>0,29</b>
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>0,36</b>	<b>0,37</b>

## 2.7 Pontos Fortes e Fracos da Empresa

A empresa "Louro Lanches do Ver-o-Peso" possui forças e fraquezas nos âmbitos interno e externo.

No âmbito interno os pontos fortes são:

- O baixo custo de aquisição das mercadorias necessárias à produção dos alimentos;
- Grande parte dos lanches é produzida pelo próprio proprietário, garantindo assim a qualidade do produto.
- As mercadorias são adquiridas na própria feira, diminuindo os gastos com transporte e armazenamento das mesmas.

Os pontos fracos no âmbito interno são:

- Pouco espaço na barraca de lanche para a distribuição dos equipamentos e circulação dos funcionários;
- O preço baixo dos lanches gera desconfiança em alguns frequentadores da feira quanto a qualidade do alimento posto a venda;

No âmbito externo os pontos fortes são:

- Elevado número de pessoas circulando diariamente na feira do Ver-o-Peso;
- A maioria dos comerciantes concorrentes não possui estoque necessário às vendas diárias e adquirem de terceiros os produtos vendidos.

Os pontos fracos no âmbito externo são:

- Grande número de feirantes que desenvolvem a mesma atividade no local;
- Alguns produtos produzidos/vendidos dependem de matérias-primas escassas em alguns meses do ano, como algumas frutas e a massa de caranguejo.

## **2.8 Base de Competição**

Como citado anteriormente, o comerciante João Gonçalves produz a maioria dos lanches vendidos, como os sucos, a coxinha de frango e a unha de caranguejo, comprando de terceiros apenas os demais salgados.

Essa situação não ocorre com os demais feirantes do local que adquirem com fornecedores os lanches a serem vendidos.

Por essa razão, a qualidade dos lanches ofertados pelos demais feirantes é inferior a do Senhor João Gonçalves que já possui credibilidade no mercado local, conquistando a fidelidade de alguns clientes que se alimentam a muitos anos na Empresa Louro Lanches do Ver-o-Peso.

### **3. *Análise da Produção***

#### **3.1 Identificação e Definição da Produção**

O empreendimento terá como atividade a venda de lanches produzidos pelo próprio proprietário. O negócio trabalha com a produção de suco de frutas como o cupuaçu, maracujá e acerola e os salgados de frango e caranguejo, os demais são comprados para posterior revenda.

#### **3.2 Tamanho da Produção e Índice de Crescimento**

A produção dos lanches é feita diariamente. Cerca de setecentos salgados e noventa litros de suco são vendidos por dia. A venda possui um crescimento no início de cada mês devido ao período de recebimento de salário dos trabalhadores do Estado, no restante do mês as vendas se mantêm constante. Existem alguns meses do ano em que o índice de vendas é maior, como os meses de maio, outubro e dezembro, devido ao dia das mães, círio e o natal, respectivamente.

#### **3.3 Sazonalidades**

A sazonalidade exerce influência na produção dos lanches, principalmente na produção do suco de cupuaçu e unha de caranguejo. Em alguns meses do ano o cupuaçu é escasso, o preço da polpa da fruta fica muito elevado aumentando o custo da produção, o mesmo acontece com o caranguejo que possui o período conhecido como defeso. Com todas essas dificuldades o preço de venda é mantido

inalterado, pois todos os outros feirantes vendem com o mesmo valor o ano inteiro. Para não diminuir sua margem de lucro, o comerciante João Gonçalves trabalha com o armazenamento em larga escala de polpa de cupuaçu e massa de caranguejo para o uso no período de falta da matéria-prima.

### **3.4 Ciclos de Vida da Produção**

Os sucos são produzidos diariamente e de acordo com a demanda, ou seja, a venda ocorre logo após o preparo do alimento, toda produção é vendida. Já os salgados de frango e de caranguejo são produzidos no dia anterior, na residência do comerciante e armazenados no freezer, a fritura dos salgados ocorre no momento da venda, o que mantém a qualidade do alimento. Nesse caso também toda produção do dia anterior é vendida no dia seguinte. O ciclo de vida da operação é bastante curto, no máximo dois dias.

## **4. *Análise do Mercado***

### **4.1 Alcance e Distribuição do Mercado**

O comércio na feira do Ver-o-Peso tem alcance em todas as classes sociais, mas o principal mercado consumidor é a população de baixa renda, que frequenta a feira pela oferta de preços baixos nos diversos produtos a venda no local.

### **4.2 Principais Clientes e Concentração**

Como já citado anteriormente, os principais clientes da empresa são as pessoas que fazem compras diversas na feira do Ver-o-Peso, além é claro dos funcionários e donos de lojas e os outros feirantes do local;

### **4.3 Tática de Vendas**

A tática de vendas é aproveitar o grande número de pessoas que passam pela feira durante o dia, oferecendo lanche de qualidade associado ao preço baixo. O cliente pode, por exemplo, tomar um copo de suco de 250 ml e comer um salgado pelo valor de R\$ 1,00 e satisfazer a sua necessidade de alimentação.

### **4.4 Promoção e Propaganda**

A empresa Louro Lanche do Ver-o-Peso não trabalha com nenhum tipo de propaganda, pois o Senhor João Gonçalves é bastante conhecido na feira devido seu tempo de trabalho no local (vinte anos) e passou a ser chamado pelos clientes de “Louro”, o que originou o nome da empresa.

### **4.5 Os Principais Competidores**

A feira do Ver-o-Peso é dividida em setores, isto é, existe o setor de venda de frutas, de ervas, de verduras, de ferramentas, de roupas, além é claro do lanche. Por essa razão, muitas são as barracas que assim como a do senhor João Gonçalves, vende lanche com o mesmo valor, porém não possuem a mesma capacidade de venda, pois não possuem estoque e saldo de caixa suficiente para atender a procura a algumas vezes, compram mercadorias do senhor João Gonçalves para efetuarem a revenda.

## **5. *Dados Financeiros***

### **5.1 Fontes de Recursos Financeiros**

Os recursos necessários para a manutenção do empreendimento e o capital de giro que corresponde o quanto a empresa possui para operar no mercado são provenientes de vários anos de atividade desenvolvida no local.

## 5.2 Balanço Patrimonial Inicial

O Balanço Patrimonial inicial foi projetado a partir da situação econômica da empresa em um determinado momento, visto que a empresa já exerce suas atividades a cerca de vinte anos. Os valores estão listados a preço de mercado, assim como as matérias-primas para a produção dos lanches e os equipamentos necessários ao bom funcionamento do empreendimento.

### BALANÇO INICIAL

ATIVO		PASSIVO	
<b>CIRCULANTE</b>	<b>12.000,00</b>	<b>CIRCULANTE</b>	<b>3.000,00</b>
<i>Disponível</i>	<b>12.000,00</b>	Contas a Pagar	3.000,00
Caixa	12.000,00	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>92.045,00</b>
<b>PERMANENTE</b>	<b>83.045,00</b>	Capital Social	92.045,00
<i>Imobilizado</i>	<b>83.045,00</b>		
Máquinas e Equipamentos	66.230,00		
Móveis e Utensílios	1.815,00		
Instalações	15.000,00		
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>95.045,00</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>95.045,00</b>

## 5.3 Projeção do Fluxo de Caixa

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO												
PREÇO DE VENDA UNITÁRIO R\$ 0,50												
	jan/06	fev/06	mar/06	abr/06	mai/06	jun/06	jul/06	ago/06	set/06	out/06	nov/06	dez/06
Venda de Mercadorias/uni	28.300	28.300	28.300	28.300	36.790	28.300	28.300	28.300	28.300	36.790	28.300	42.450
Receita	14.150,00	14.254,48	14.254,48	14.254,48	18.530,82	14.254,48	14.254,48	14.254,48	14.254,48	18.530,82	14.254,48	21.381,71
	jan/06	fev/06	mar/06	abr/06	mai/06	jun/06	jul/06	ago/06	set/06	out/06	nov/06	dez/06
Caixa Inicial	0,00	3.146,26	5.781,98	8.417,71	11.053,43	15.428,45	18.064,17	20.699,90	23.335,62	25.971,35	32.028,73	34.664,46
<b>RECEBIMENTOS</b>												
Receitas	14.150,00	14.254,48	14.254,48	14.254,48	18.530,82	14.254,48	14.254,48	14.254,48	14.254,48	18.530,82	14.254,48	21.381,71
<b>PAGAMENTOS</b>												
Custos e Desp. Variáveis	7.841,85	8.456,85	8.456,85	8.456,85	10.993,91	8.456,85	8.456,85	8.456,85	8.456,85	9.311,54	8.456,85	12.685,28
Custos Fixos	3.161,89	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90	3.161,90
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>11.003,74</b>	<b>11.618,75</b>	<b>11.618,75</b>	<b>11.618,75</b>	<b>14.155,81</b>	<b>11.618,75</b>	<b>11.618,75</b>	<b>11.618,75</b>	<b>11.618,75</b>	<b>12.473,44</b>	<b>11.618,75</b>	<b>15.847,18</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>3.146,26</b>	<b>5.781,98</b>	<b>8.417,71</b>	<b>11.053,43</b>	<b>15.428,45</b>	<b>18.064,17</b>	<b>20.699,90</b>	<b>23.335,62</b>	<b>25.971,35</b>	<b>32.028,73</b>	<b>34.664,46</b>	<b>40.199,00</b>
FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 ANOS												
DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	IGPM	3,5164%					
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL							
<b>RECEBIMENTOS</b>	<b>186.629,16</b>	<b>193.191,78</b>	<b>199.985,18</b>	<b>207.017,46</b>	<b>214.297,02</b>							
Receitas	186.629,16	193.191,78	199.985,18	207.017,46	214.297,02							
<b>PAGAMENTOS</b>												
Custos e Desp. Variáveis	108.487,37	112.302,22	116.251,21	120.339,07	124.570,67							
Custos Fixos	37.942,79	39.277,01	40.658,15	42.087,85	43.567,83							
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>146.430,16</b>	<b>151.579,23</b>	<b>156.909,36</b>	<b>162.426,92</b>	<b>168.138,50</b>							
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>40.199,00</b>	<b>41.612,55</b>	<b>43.075,82</b>	<b>44.590,54</b>	<b>46.158,52</b>							

## 5.4 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio, momento em que a produção de Receitas se iguala aos Custos e Despesas totais, corresponde a um valor para cada produto vendido.

Como exemplificaremos a seguir:

- A coxinha de frango alcança o ponto de equilíbrio quando vende, aproximadamente, 2.582 (dois mil quinhentos e oitenta e dois) unidades do lanche, ou seja, arrecada R\$ 1.291,00 de Receita.

- A unha de caranguejo alcança o ponto de equilíbrio quando vende, aproximadamente, 2.948 (dois mil novecentos e quarenta e oito) unidades do lanche, ou seja, arrecada R\$ 1.492,00.

Então, isso significa que, para a empresa gerar valor suficiente para cobrir seus custos e despesas totais de cada produto deverá vender, no caso da coxinha de frango, 2.582 e só a partir da 2.583ª unidade vendida, começará a formar seu Lucro.

## 6. Indicadores de Desempenho Financeiro

### 6.1 Endividamento Total

A partir de cálculos efetuados nos Balanços Patrimoniais projetados para os próximos cinco anos de atividade, pode-se afirmar que a empresa Loro Lanches do Ver-o-Peso possui autonomia financeira, pois o indicador está em um grau próximo a zero, o que significa pouca dependência da empresa com o capital de terceiros, conforme a seguir:

Endividamento Total	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
$ET = \frac{PC + PELP}{AT} =$	0,02	0,017	0,014	0,011	0,010

Esse baixo índice é devido, sobretudo, pelo fato do Senhor João Gonçalves comprar as matérias-primas necessárias à produção dos lanches efetuando pagamento em dinheiro e também ao fato de não pagar pelo fornecimento de energia elétrica e de água, pois a Prefeitura de Belém paga por esse serviço.

As Contas a Pagar da empresa “Louro lanches do Ver-o-Peso” referem-se exclusivamente ao pagamento dos funcionários.

## 6.2 Garantia de Capital de Terceiros

Este indicador mostra o grau de garantia que os recursos próprios oferecem às dívidas totais. Na empresa do comerciante João Gonçalves este indicador está satisfatório, pois o alto resultado proporciona a garantia que os capitais próprios oferecem para resguardar os recursos de terceiros, como listado a seguir:

<b>Garantia de Cap de Terceiros</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
GCT = $\frac{PL}{PC + PELP}$ =	44,08	57,95	72,32	87,18	102,58

## 6.3 Imobilização do Capital Próprio

Através deste indicador pode-se saber qual proporção do Patrimônio Líquido está absorvido pelo Ativo Permanente.

O Patrimônio Líquido da empresa “Louro lanches do Ver-o-Peso” no primeiro ano de atividade analisada está, em sua maior parte, absorvido pelas imobilizações. Contudo, como os bens possuem vida útil bastante longa, o índice de imobilização do capital próprio vai diminuindo progressivamente com o passar dos anos, fazendo com que a posição financeira da empresa melhore com o passar do tempo, como podemos observar nos cálculos a seguir:

<b>Imobilização do Cap Próprio</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
ICP = $\frac{AP}{PL}$ =	0,63	0,48	0,38	0,32	0,27

## 6.4 Liquidez Geral

Este índice evidencia a capacidade financeira da empresa em honrar seus compromissos de curto e longo prazo. Como a empresa “Louro Lanches do Ver-o-Peso” só efetua vendas com recebimentos a vista e as compras na mesma forma, o comerciante não possui Ativo Realizável a Longo Prazo e nem Passivo Exigível a Longo Prazo e como as contas a pagar só referem-se ao pagamento dos funcionários este indicador encontra-se bastante elevado, conforme cálculos a seguir:

Liquidez Geral		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
LG	$= \frac{AC + ARLP}{PC + PELP} =$	17,48	31,35	45,71	60,58	75,98

## 6.5 Capital Circulante Líquido

A diferença entre o Ativo Circulante e o Passivo Circulante da empresa do senhor João Gonçalves indica que o Capital Circulante da empresa é próprio, pois o primeiro supera o valor absoluto do segundo, indicando que a empresa está financiando o giro de seus negócios sem a interferência dos recursos de terceiros, como evidencia o cálculo a seguir:

Capital Circulante Líquido		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
CCL	$= AC - PC =$	49.439,70	91.056,96	134.142,51	178.748,17	224.927,56

## 6.6 Liquidez Instantânea ou Absoluta

Este indicador evidencia que a empresa possui recursos financeiros disponíveis para honrar os seus compromissos de curto prazo.

Liquidez Instantânea		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
LI	$= \frac{\text{Disponível}}{PC} =$	13,40	27,27	41,63	56,50	71,90

## 6.7 Liquidez Seca

Este indicador mede a capacidade financeira da empresa em honrar seus compromissos de curto prazo levando em consideração os valores a receber a curto prazo, mas como a empresa recebe seus rendimentos a vista, o valor da Liquidez Seca corresponde ao mesmo valor da Liquidez Instantânea, como demonstrado a seguir:

Liquidez Seca		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
LS	$= \frac{D + VRCP}{PC} =$	13,40	27,27	41,63	56,50	71,90

## 6.8 Liquidez Corrente

Como já dito anteriormente, o ciclo operacional da empresa “Louro Lanches do Ver-o-Peso” é muito curto, dura no máximo dois dias da produção às vendas dos lanches. Por essa razão, a soma de recursos exigida para o Ativo Circulante é menor, pois a rotação de seus componentes (Caixa e Estoque, por exemplo) é bastante alta.

Liquidez Corrente		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
LC	$= \frac{AC}{PC} =$	17,48	31,35	45,71	60,58	75,98

## **Considerações Gerais**

Na elaboração deste estudo foi possível por em prática os conceitos adquiridos no decorrer do curso de Ciências Contábeis.

A principal dificuldade foi mensurar o custo das mercadorias vendidas, visto que as mesmas já possuem preço de venda definido e “congelado” a muitos anos.

O desafio do estudo foi tentar demonstrar contabilmente ao feirante, os métodos de apuração dos custos fixos e variáveis dos seus lanches.

A importância de se elaborar um Plano de Negócios antes de iniciar o investimento ficou evidente, pois o empreendimento precisa ser mais organizado, no que se refere à gestão dos recursos financeiros existentes na empresa.

De modo geral, a empresa “Louro Lanches do Ver-o-Peso” encontra-se em boa situação financeira, pois possui capacidade financeira suficiente para honrar seus compromissos e continuar a operar suas atividades, porém a atividade comercial ainda é exercida na informalidade.

A grande questão é que a atividade é exercida em uma feira livre na Grande Belém, a feira do Ver-o-Peso, e por essa razão a Prefeitura de Belém não emite licença para funcionamento de uma empresa regularizada, por ser de sua propriedade.

Por isso, o Senhor João Gonçalves perde diversas oportunidades de vendas em larga escala como o fornecimento de alimentação para outros estabelecimentos, devido não ser regularizado e até mesmo por não participar de Processos Licitatórios para o fornecimento de lanche, o que já ocorreu.

## **Bibliografia**

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. São Paulo: Atlas, 2003.

MOREIRA, Héber Lavor. Material de Aula na disciplina Análise dos Demonstrativos Contábeis II, no segundo semestre de 2006.

DIAS, Antonia Maria Batista de Souza. Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado no primeiro semestre de 2004.

SANTOS, Izequias Estevam dos. Manual de Métodos e Técnicas de Pesquisa Científica. Niterói: Impetus, 2005.

Marion, José Carlos, Reinaldo Dias, Maria Cristina Traldi. Monografia para os Cursos de Administração, Contabilidade e Economia. São Paulo: Atlas, 2002.

Sites Consultados:

[www.perito contador.com.br](http://www.perito contador.com.br)

[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)