



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

**ANA PAULA LOBO VIEITA
CHARLES OLIVEIRA PIMENTEL**

**PLANO DE NEGÓCIOS VOLTADO PARA UMA MICROEMPRESA DO RAMO
ALIMENTÍCIO**

**BELÉM
2007**



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

**ANA PAULA LOBO VIEITA
CHARLES OLIVEIRA PIMENTEL**

**PLANO DE NEGÓCIOS VOLTADO PARA UMA MICROEMPRESA DO RAMO
ALIMENTÍCIO**

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

Orientador: Professor Héber Lavor Moreira

**BELÉM
2007**

ÍNDICE

RESUMO.....	4
INTRODUÇÃO	5
PLANO DE NEGÓCIO – CAP-LANCHES.....	7
1-PROSPECTO ELUCIDATIVO.....	7
1.1 - Sumário para Decisão	7
1.2-Potencialidade da Empresa	7
1.3-Estratégias do Negócio.....	8
1.4-Recursos Necessários	8
1.5-Localização	10
1.6- Estrutura	10
1.7-Funcionamento	10
1.8- Fornecedores	10
1.9- Estoques	11
2-ANÁLISE DA EMPRESA	11
2.1 Dados Históricos	11
2.2 Produtos	12
2.3 Mercados	12
2.4 Clientes	12
2.5 Posição Tecnológica	13
2.6 Análise de Custos	13
2.7 Pontos Fortes e Fracos da Empresa	18
3 -ANÁLISE DE PRODUÇÃO	19
3.1 Identificação e Definição da Produção.....	19
3.2 Tamanho da Produção e Índice de Crescimento.....	19
3.3 Sazonalidades.....	20
3.4 Ciclos de Vida da Produção.....	20
4-ANÁLISE DOP MERCADO	20
4.1 Alcance e Distribuição do Mercado.....	20
4.2 Tática de Vendas	21
4.3 Promoção e Propaganda	21
4.4 Os Principais Competidores.....	21
5 - FONTES DE RECURSOS FINANCEIROS.....	21
5.1- Balanço Patrimonial Inicial.....	22
5.2- Ponto de Equilíbrio.....	23
6-INDICADORES DE DESEMPENHO FINANCEIRO.....	23
6.1 Endividamento Total	23
6.2 Garantia de Capital de Terceiros	24
6.3 Imobilização do Capital Próprio	25
6.4-Liquidez Geral.....	25
6.5 Capital Circulante Líquido.....	26
6.6 Liquidez Instantânea ou Absoluta.....	26
6.7 Liquidez Seca.....	26
6.8 Liquidez Corrente.....	27
7 - Ebitda.....	27
8 - Overtrade	28
Considerações Gerais.....	29
Bibliografia.....	30

RESUMO

O trabalho apresentado sugere um plano de negócios voltado para a CAP Lanches, uma empresa relativamente nova dentro do ramo alimentício. O plano amplia o leque de possibilidades do empresário para que se torne nítido cada passo que a empresa dá, gerando crescimentos, lucros, ou ainda, prejuízos.

Assim, é de suma importância o acompanhamento sensato e contínuo tanto de um bom administrador quanto de um contador para o crescimento físico e monetário do estabelecimento em questão.

Palavras Chaves: Plano de negócios; ramo alimentício; retorno financeiro.

INTRODUÇÃO

Uma dos mais graves problemas que assolam o país é o desemprego. Com a falta de empregos formais, reconhecidos e bem remunerados, cada vez mais, chefes de família se predispõe a exercer atividades sem vínculo empregatício ou abrem seu próprio comércio a fim de saciar suas necessidades básicas – fato que acontece corriqueiramente nas capitais brasileiras, inclusive na capital paraense, como não poderia deixar de ser.

Porém, em virtude dos fatos já comentados, fica nítida a ausência de um administrador de negócios, tão pouco, de um contador, assistindo ao processo de abertura do tal empreendimento. Ou seja, a maioria dos estabelecimentos criados não são duradouros ou geram pouco lucro, apenas o essencial para cobrir os custos e despesas geradas. Falta, na maioria das vezes, um planejamento adequado que ajude a microempresa a se erguer ao invés de atingir o fracasso do estabelecimento.

Nota-se que um dos ramos mais escolhidos, e mais acertados, para a iniciação de um comércio próprio, é o ramo de alimentação. Já que alimentar-se é, de fato, uma necessidade vital de todo e qualquer ser humano, a grande maioria dos cidadãos que se arriscam como novos microempresários enxergam nesse segmento a possibilidade de ganhos satisfatórios e ascensão profissional.

Assim, é partindo deste princípio que o presente estudo tem como principal objetivo orientar o empreendedor com relação à importância de se implantar um plano de negócios na empresa recém criada que é desprovida de qualquer planejamento prévio.

O plano de negócios apresentado aqui, está estruturado, basicamente, na análise de uma lanchonete pequena que tem como nome fantasia CAP Lanches. Tal planejamento visa propor uma análise qualitativa da empresa, apresentando seus dados históricos, seus produtos, localidade, etc. O plano também apresenta os fatores primordiais para o sucesso da mesma.

Além do que, deve-se salientar que os indicadores futuros analisados servirão de base para esquematizar um plano estratégico capaz de superar todas as variáveis diversas encontradas, tais como, a concorrência, os índices inflacionários, necessidade de capital, estoque de produtos, entre outros.

Assim, a análise do desenvolvimento da CAP Lanches visa evidenciar os aspectos prós e contras dela e tende a intensificar suas qualidades, visando à contínua potencialização da atividade comercial em questão.

PLANO DE NEGÓCIO – CAP-LANCHES

1-PROSPECTO ELUCIDATIVO

1.1 - Sumário para Decisão

O plano de negócios foi desenvolvido voltado à microempresa CAP Lanches com o objetivo de auxiliar os empreendedores que estão à frente do negócio. Para uma análise lógica da situação é necessário o conhecimento de como a empresa trabalha, quais suas condições, seus custos, despesas, enfim, um relatório completo e minucioso do trabalho desempenhado. Formatado para auxiliar no crescimento, desenvolvimento e ascensão do estabelecimento.

A empresa em questão está atuando no ramo há cerca de dois anos e conta com uma clientela fixa. O seu principal atrativo são os lanches oferecidos de excelente qualidade e sabor. Seu ponto de vendas também funciona como atrativo já que está situada em uma avenida de grande movimentação diária, próxima de colégios e outros pontos comerciais onde, invariavelmente, tem freguesia garantida.

O negócio visa atender os freqüentadores da região local, assim como os funcionários de lojas e outros estabelecimentos próximos. A alimentação rápida é um dos principais atrativos do local que fornece lanches simples, saborosos e de fácil aceitação.

1.2-Potencialidade da Empresa

A empresa destaca-se por atuar em um ramo sempre atuante e necessário para a população que necessita invariavelmente da alimentação fácil e rápida diariamente. Muitos chegam a substituir refeições por lanches caseiros e de valor acessível.

O ramo escolhido também impõe relevância para o empresário atuante, por ser um dos últimos setores a ser abalado por crises econômicas – o que pode ser traduzido para dinheiro em caixa diariamente e adaptação a todo tipo de público e investimento – a área de alimentação é opção freqüente entre empreendedores que procuram começar um negócio.

O ramo é bastante receptivo por oferecer um item de consumo que atinge todas as camadas da população, abrindo ao empreendedor um amplo leque de possibilidades.

1.3-Estratégias do Negócio

A estratégia primordial do plano de negócios é fazer com que a empresa se estabilize dentro do ramo escolhido, gerando fonte respeitável de lucro para seus administradores e interessados no pequeno empreendimento. Os lanches rápidos, diários, representantes de boa qualidade e sabor são pontos chaves dentro do marketing que a empresa necessita para atrair clientes. Assim, o empreendimento visa gerar uma margem de lucro satisfatória, elaborando um cardápio com produtos selecionados, onde o custo seja mínimo comparado com a receita adquirida.

O grande estoque que a empresa apresenta, funciona para reduzir os custos que a mesma pode ter. Os produtos estocados por serem em quantidade suficiente suprem as demandas oferecidas em tempos escassos ou de produtos sazonais.

O diferencial do estabelecimento também está relacionado ao bom atendimento executado pelos atendentes e proprietário do local.

1.4-Recursos Necessários

Os recursos necessários para o investimento, abertura e funcionamento do negócio são muitos e necessitam de capital disponível para isso. O gasto ficará por conta do grande número de equipamentos e outras mercadorias imprescindíveis para o trabalho daí início e continuidade. É necessária a constante visualização dos materiais de limpeza, estoque de gêneros alimentícios, material de escritório, entre outros.

Ainda que o investimento inicial seja em um valor elevado, o retorno financeiro é quase que imediato já que as vendas são realizadas em grande quantidade e todas à vista, o que favorece o crescimento do caixa. Abaixo segue uma lista de necessidades emergenciais apresentada.

Lista de Bens Necessários

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Freezer horizontal	1	1200	1200
Freezer vertical	1	4000	4000
Fritadeira elétrica	1	800	800
Estufa	2	300	600
Fogão industrial	1	250	250
Liquidificador	1	100	100
Bisnaga para condimentos	6	2,5	15
Mesas Plásticas redondas	4	27	108
Balcão de Lanchonete Curvo	1.100	1	1100
Cadeiras Plásticas	16	12	192
Porta Guardanapo	3	2,75	8,25
Porta Canudo	3	1,5	4,5
Lixeira plástica c/ tampa	2	1,75	3,5
TOTAL		6698,5	8381,25

Lista de Materiais de Limpeza

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Papel Higiênico	8	0,35	2,8
Desifetante	3	6	18
Vassoura	1	4	4
Palha de aço	4	0,9	3,6
Sabão em pó	10	4	40
Saco de lixo (50 l)	60	1,2	72
Esponja dupla face	4	0,8	3,2
TOTAL		17,25	143,6

Lista de Materiais de Escritório

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Caneta	3	0,6	1,8
Papel A4 (Resma)	1	12	12
Clipes de metal - médio	1	2	2
Ligas de borracha	2	1,7	3,4
Grampeador	1	5,5	5,5
Corretivo	1	1,2	1,2
Lápis	6	0,5	3
Borracha de duas cores	3	0,2	0,6
Régua	3	0,35	1,05
Marcador de Texto	2	1	2
TOTAL		25,05	32,55

1.5-Localização

A escolha do ponto comercial foi escolhida de forma segura, já que se trata de um aspecto fundamental para o sucesso do empreendimento. A CAP Lanches situa-se na Rua Municipalidade, 1592, próximo de escolas, universidades, comércios e escritórios em geral, o que favorece na apresentação de boas vendas e rendimentos. É importante frisar que a escolha do local deve estar associada à linha de produtos e serviços oferecidos, visto que este é quem vai determinar a formação de um público específico.

1.6- Estrutura

A estrutura do comércio é mediana, mas comporta muito bem seus móveis e utensílios dispostos no local. Possuem espaços bem divididos e distribuídos, o que facilita a locomoção tanto de funcionários quanto a de clientes. As instalações elétricas também merecem destaque por estarem situadas em local correto e em bom estado de conservação.

A área ainda dispõe de um banheiro voltado para o público e outro exclusivo dos funcionários, que não é visível pelo salão principal. Há balcões, mesas e cadeiras distribuídas de modo harmônico proporcionando maior conforto aos seus clientes. Já o departamento que abriga os estoques é bastante arejado, protegido e separado do público.

1.7-Funcionamento

O estabelecimento funcionará das 10:00 às 20:00 de segunda à sexta feiras e aos finais de semana e feriados, das 10:00 às 18:00. A escolha do horário de funcionamento foi estabelecida em função do horário em que o estabelecimento é mais freqüentado, visto que a grande maioria de seus consumidores são estudantes de nível fundamental e médio que transitam pelas proximidades.

1.8- Fornecedores

Existe uma grande gama de oportunidades para a escolha dos fornecedores já que as compras são sempre realizadas à vista e as opções são inúmeras, o importante durante a escolha de um bom fornecedor é a realização de uma pesquisa de mercado a fim de montar um cadastro dos fornecedores que melhor se adequem

às necessidades. Exemplos são os atacadistas, distribuidores, supermercados, feiras-livres, açougues, casas de frios, e outros. Os hipermercados também são boas opções de compras, pois, muitas vezes, oferecem produtos a preços mais baixos que o próprio distribuidor.

Apenas as frutas, legumes e vegetais são comprados em menores quantidades e maior frequência para evitar perdas e garantir produtos sempre frescos. Nesse caso, há o interesse em se firmar parcerias com as grandes feiras livres, como a Ceasa ou o Ver-O-Peso, por exemplo, desde que se leve em consideração as variantes como espaço de tempo, distância e volume de compras. Produtos não perecíveis ou congelados são comprados dentro de prazos mais elásticos.

1.9- Estoques

A própria rotina do estabelecimento fornece dados valiosos para a estruturação do programa de compras. As rotinas são comuns ao estabelecimento, diariamente, o empreendedor deve se certificar de que todos os itens do cardápio estão disponíveis e de que a casa está em perfeitas condições de higiene. É recomendável que a verificação de estoque seja feita logo após o fechamento do estabelecimento, quando também será feita a limpeza. No dia seguinte a rotina prosseguirá com a realização das compras necessárias, seguidas de armazenagem dos produtos.

2-ANÁLISE DA EMPRESA

2.1 Dados Históricos

A empresa CAP Lanches foi criada há cerca de dois anos visando obter renda satisfatória para o sustento das famílias envolvidas no processo. É bem administrada, mas pode melhorar se assistida por um plano de gestão como este criado especificamente para a empresa em questão.

Mantém uma clientela fixa e o bom atendimento, qualidade do lanche e conforto propiciado pelo ambiente favorece a preferência.

2.2 Produtos

Os produtos vendidos chamam a atenção pela qualidade, valor e sabor oferecidos. A maioria é produzida dentro do próprio estabelecimento, outros são revendidos pelo proprietário. Os sucos são naturais, bem conservados; todos os produtos têm sua fabricação diária, conferindo máxima qualidade aos mesmos, são feitos de acordo com o consumo diário, com a demanda ou necessidade de consumo. Além dos sucos, na lanchonete também são comercializados salgados diversos como coxinhas, risoles e pastéis, além de águas minerais e refrigerantes. Os fornecedores envolvidos recebem seu pagamento de acordo com a entrega dos produtos, sempre à vista.

2.3 Mercados

O mercado escolhido para atuação é um dos mais indicados para a abertura de uma gestão. A alimentação por ser item de primeira necessidade, colabora para a venda rápida dos produtos ofertados. Tal ramo é bastante concorrido, mas o mercado analisado tende a crescer e se firmar caso apresente um grande diferencial entre os demais.

No mais, a escolha foi acertada, trazendo vantagens para a entidade. O proprietário, e cozinheiro do estabelecimento, identifica-se com a profissão e sente prazer na administração do seu negócio, não deixando margens para o ócio ou desapego pelo local. É de extrema importância a empatia oferecida pelo donos do estabelecimento.

2.4 Clientes

A clientela é definida como o público alvo freqüentador do local, que por sua vez é resultado de uma reunião de fatores como: localização do estabelecimento, tipo de produtos e serviços ofertados.

Diversos são os tipos de clientes que apreciam os lanches servidos no CAP Lanches, mas os principais representantes dos consumidores são os transeuntes da rua principal onde a lanchonete é situada, alunos de escolas próximas (nível fundamental e médio), universidade e funcionários de outros estabelecimentos ao redor, além, claro, de qualquer outra pessoa que se interesse pelo aperitivo.

Por ser lanches leves, gostosos e tradicionais, não é difícil alguém manifestar o interesse em consumi-los. A propaganda verbal, o comercial realizado

gratuitamente pelos clientes mais antigos, contribui em grande potencial para o crescimento da clientela.

2.5 Posição Tecnológica

O empreendimento dispõe de equipamentos próprios e necessários para o fornecimento de lanches higienizados, em temperatura correta e, sobretudo, visando a conservação dos alimentos comercializados no local.

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:

Coxinha de Frango

DESCRIÇÃO		Qty	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Frango	Kg	20	3,4	68
Trigo	Kg	50	1,8	90
Fermento para pão	Kg	10	2,9	29
Óleo	L	40	2,9	116
Cebola	Kg	15	2	30
Alho	Kg	5	1	5
Limão	Kg	6	1,5	9
Cheiro-verde	Maço	30	0,75	22,5
Outros temperos	Kg	6	2,3	13,8
Gás	Unidade	0,05	32	1,6
TOTAL				384,9
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação(Freezer +Fogão+Estufa+Fritadeira)				65,83333333
TOTAL				113,333333
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				384,9
<i>Custos Fixos</i>				113,3333333
<i>Custo Total Unitário</i>				0,554

Risole de Carne

DESCRIÇÃO	Qt. Dia	Qt. Mês	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Salgado	30	900	0,4	360
TOTAL				360
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação(Estufa)				5
TOTAL				52,5
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				360
<i>Custos Fixos</i>				52,5
<i>Custo Total unitário</i>				0,458

Unha de Caranguejo

DESCRIÇÃO		Qtd	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Caranguejo	Kg	15	11	165
Trigo	Kg	50	0,9	45
Fermento para pão	Kg	10	4	40
Óleo	L	40	4	160
Cebola	Kg	15	0,8	12
Alho	Kg	5	17,25	86,25
Limão	Kg	6	1,5	9
Cheiro-verde	Maço	30	0,75	22,5
Outros temperos	Kg	6	2,3	13,8
Gás	Unidade	0,05	32	1,6
TOTAL				555,15
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação (Freezer +Fogão+Estufa+Fritadeira)				65,83333333
TOTAL				113,333
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				555,15
<i>Custos Fixos</i>				113,3333333
<i>Custo Total unitário</i>				0,743

Risole de Camarão

DESCRIÇÃO	Qt. Dia	Qt. Mês	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Salgado	30	900	0,4	360
TOTAL				360
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação (Estufa)				5
TOTAL				52,5
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				360
<i>Custos Fixos</i>				52,5
<i>Custo Total unitário</i>				0,458333

Quibe de Carne

DESCRIÇÃO	Qt. Dia	Qt. Mês	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Salgado	30	900	0,4	360
TOTAL				360
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação (Estufa)				5
TOTAL				52,5
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				360
<i>Custos Fixos</i>				52,5
<i>Custo Total unitário</i>				0,458333

Suco de Acerola

DESCRIÇÃO	Qt Dia	Qt Mês	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Polpa de Acerola	2,5	75	3,9	292,5
Açúcar	1	30	1,2	36
Leite condensado	1	30	2,3	69
TOTAL				397,5
CUSTOS FIXOS				
				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação (Freezer)				43,33333333
TOTAL				90,83333333
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				397,5
<i>Custos Fixos</i>				90,83333333
<i>Custo Total unitário</i>				0,325555556

Suco de Cupuaçu

DESCRIÇÃO	Qt Dia	Qt Mês	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Polpa de Cupuaçu	2,5	75	4,4	330
Açúcar	1	30	1,2	36
Leite condensado	1	30	2,3	69
TOTAL				435
CUSTOS FIXOS				
				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação (Freezer)				43,33333333
TOTAL				90,83333333
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				435
<i>Custos Fixos</i>				90,83333333
<i>Custo Total unitário</i>				0,350555556

Suco de Goiaba

DESCRIÇÃO	Qt Dia	Qt Mês	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Polpa de Goiaba	2,5	75	3,9	292,5
Açúcar	1	30	1,2	36
Leite condensado	1	30	2,3	69
TOTAL				397,5
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
Depreciação (Freezer)				43,33333
TOTAL				90,83333
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				397,5
<i>Custos Fixos</i>				90,83333
<i>Custo Total unitário</i>				0,325556

Água Mineral

DESCRIÇÃO	Qt. Dia	Qt. Mês	VL. Unit	VL TOTAL
CUSTOS VARIÁVEIS				
Água		10	5	50
Copos Descartáveis		30	1,3	39
Canudo Descartáveis		30	2,5	75
TOTAL				164
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
TOTAL				47,5
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				164
<i>Custos Fixos</i>				47,5
<i>Custo Total unitário</i>				0,88125

Refrigerante

DESCRIÇÃO	Qt. Dia	Qt. Mês	VL. Unit	
CUSTOS VARIÁVEIS				VL TOTAL
Refrigerante		20	7,5	150
Copos Descartáveis		30	1,3	39
Canudos Descartáveis		30	2,5	75
TOTAL				264
CUSTOS FIXOS				VL TOTAL
Energia Elétrica				12,5
Água				10
Aluguel				25
TOTAL				47,5
RESUMO				
<i>Custos Variáveis</i>				264
<i>Custos Fixos</i>				47,5
<i>Custo Total unitário</i>				0,415333

2.7 Pontos Fortes e Fracos da Empresa

O estabelecimento analisado possui pontos prós e contras em seu âmbito tanto interno quanto externo.

No âmbito interno os pontos fortes são:

- O baixo custo de aquisição das mercadorias necessárias à produção dos alimentos;
- Não é necessário um estoque muito grande de produtos;
- Espaço confortável para a livre circulação de pessoas;
- Ambiente bem decorado;
- Valores acessíveis.

Os pontos fracos no âmbito interno são:

- Administração ainda confusa quanto aos valores arrecadados;
- Falta uma maior variedade em seu cardápio oferecido;

- Ambiente bastante caseiro, não passa a imagem real de uma lanchonete.

No âmbito externo os pontos forte são:

- Elevado número de pessoas circulando diariamente na rua onde a lanchonete é situada;
- Aceitam encomendas de salgados e tais são sempre procuradas com sucesso.

Os pontos fracos no âmbito externo são:

- Grande número de comerciantes que desenvolvem a mesma atividade nas proximidades do local;
- Alguns produtos produzidos/vendidos dependem de matérias-primas escassas em alguns meses do ano, como algumas frutas e a massa de caranguejo.

3 -ANÁLISE DE PRODUÇÃO

3.1 Identificação e Definição da Produção

O estabelecimento CAP Lanches foi desenvolvido para atuar como uma lanchonete de porte pequeno, que consegue agradar seus clientes a fim de fidelizá-los. Tem como atividade principal a venda de lanches de fabricação diária, produzidos pelo próprio dono do local e por terceiros também, é o caso dos lanches que são comprados para revenda. Também produz sucos de frutas regionais e naturais, como o cupuaçu, acerola e goiaba. Os salgados de caranguejo e camarão também são bastante apreciados e vendidos com facilidade.

3.2 Tamanho da Produção e Índice de Crescimento

A produção dos lanches é realizada diariamente, de acordo com a necessidade específica. A venda aparenta estabilidade, tem um notável crescimento nos meses de janeiro – quando se inicia o ano letivo tanto nas escolas de nível fundamental e médio, quanto na universidade particular que se localiza próximo, já nos meses de julho e dezembro as vendas caem, devido as férias escolares e o

índice de chuva em dezembro, o que não chega a comprometer de forma grave o rendimento obtido.

3.3 Sazonalidades

Como a empresa trabalha com sucos e salgados que utilizam produtos sazonais, em algumas épocas ou meses do ano, essa produção fica comprometida, exemplo disso é quando o caranguejo e algumas frutas tropicais estão em baixas temporadas. Nessas épocas, tais produtos têm seus valores aumentados, o que implica diretamente no valor final do produto derivado, mesmo assim, os lanches comercializados não sofrem variação de valor em nenhuma temporada.

Para combater a escassez que pode vir a acontecer, o proprietário do empreendimento faz estoque em larga escala dos produtos que sofrem a variação, para evitar custos maiores, fora do ordenado ou a falta de um dos lanches mais tradicionais da CAP Lanches.

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 DOP MERCADO

4.1 Alcance e Distribuição do Mercado

A lanchonete CAP Lanches atende todas as classes sociais, já que oferece lanches a preços baixos, o ambiente é agradável e aconchegante para todos os frequentadores do estabelecimento. Porém, o principal mercado consumidor ainda é voltado para os alunos diversos que estudam próximo do local, funcionários de

outros estabelecimentos e, mesmo, transeuntes que passam pelo estabelecimento a fim de lanches rápidos e com um preço baixo.

4.2 Tática de Vendas

Lanches de boa qualidade a um valor baixo, acessível à todas as classes; bom atendimento cortês e a confortabilidade do lugar fazem parte da tática de vendas existentes no estabelecimento.

4.3 Promoção e Propaganda

Como o empreendimento ainda é pequeno e relativamente novo dentro do mercado, não trabalha com propagandas, apenas se prevalece da propaganda verbal, do tipo informal e gratuita, realizada pelos próprios clientes que se encantam com o local e com as iguarias degustadas.

4.4 Os Principais Competidores

Como a CAP Lanches está situada em um local de fácil acesso, e bastante disputado pela grande quantidade de pessoas que circulam no local diariamente, a concorrência é acirrada por outros empreendedores. A lanchonete se destaca por oferecer lanches simples, rápidos e de boa qualidade, o diferencial se estabelece através do bom atendimento dispensado aos clientes e a fidelização realizada com votos de boas vindas, volte sempre e a degustação oferecida cotidianamente de um dos salgados presentes na loja.

5 - FONTES DE RECURSOS FINANCEIROS

A única fonte é o próprio comércio que gera renda satisfatória para o proprietário do local, a expansão do estabelecimento, investimentos em marketing e refrigeração do local devem ser avaliadas de forma criteriosa para auxiliar na divulgação e crescimento do empreendimento.

5.1- Balanço Patrimonial Inicial

O Balanço Patrimonial foi criado no início da empresa, podendo visualizar os gastos realizados com os materiais de escritório, móveis e equipamentos, formação de estoque e outros gastos pré-operacionais.

BALANÇO DE ABERTURA

ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante	13.972,75	Passivo Circulante	2.600,00
Disponibilidades		Duplicatas a Pagar	2600
Caixa	5.637,25		
Banco C/ Movimento	5.250,00		
Estoque	3.085,50		
Ativo Permanente	8.385,75	Patrimônio Líquido	20.000,00
Imobilizado		Capital Social	20.000,00
Móveis e Utensílios	1.435,75		
Aparelhos de Refrigeração	5.200,00		
Máquinas e Equipamentos	1.750,00		
Ativo Diferido	715,00		
Gastos Pré-Operacionais	715,00		
TOTAL DO ATIVO	23.073,50	TOTAL DO PASSIVO	22.600,00

A análise do fluxo de caixa auxiliará no entendimento da proveniência e do uso do dinheiro na empresa e poderá levar a medidas administrativas de correção de rota no gerenciamento dos negócios do estabelecimento.

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 ANOS							
DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	IGPM	5,9813%
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	taxa cresc	0,2
FATURAMENTO	99.332,98	119.199,58	143.039,49	171.647,39	205.976,87		
Receitas à vista	99.332,98	119.199,58	143.039,49	171.647,39	205.976,87		
PAGAMENTOS							
Custos e Desp. Variáveis	44.136,60	46.776,54	49.574,39	52.539,58	55.682,13		
Custos Fixos	34.829,32	36.912,57	39.120,42	41.460,33	43.940,19		
CUSTO TOTAL	78.965,92	83.689,11	88.694,81	93.999,91	99.622,32		
SALDO DE CAIXA	20.367,06	35.510,47	54.344,69	77.647,48	106.354,55		

5.2- 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.

Quibe			
		FÓRMULA	CÁLCULO
PE	=	Custos + Despesas Fixas	304,115
		Margem de Contribuição	0,51667
			= 588,61

TESTE	
<i>Preço de Venda /Uni</i>	0,91667
<i>Custos e Despesas Variáveis/ Uni</i>	0,4
<i>Custos e Despesas Fixas/Uni</i>	304,115
<i>Margem de Contribuição</i>	0,51667
<i>PE em Uni</i>	588,61

Suco de Acerola			
		FÓRMULA	CÁLCULO
PE	=	Custos + Despesas Fixas	310,4483333
		Margem de Contribuição	0,20008
			= 1551,6

TESTE	
<i>Preço de Venda /Uni</i>	0,46508
<i>Custos e Despesas Variáveis/ Uni</i>	0,265
<i>Custos e Despesas Fixas/Uni</i>	310,448
<i>Margem de Contribuição</i>	0,20008
<i>PE em Uni</i>	1551,63

- O quibe alcança o ponto de equilíbrio quando vende, aproximadamente, 588,61

- Já o suco de acerola ponto de equilíbrio quando vende, aproximadamente, 1551,6 copos de 200 ml.

Então, isso significa que, para a empresa gerar valor suficiente para cobrir seus custos e despesas totais de cada produto deverá vender, no caso do quibe , só acima da 589 unidade vendida, começará a formar seu Lucro, por exemplo.

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, percebe-se que a CAP Lanches diminui a cada

ano seu grau de endividamento, tendendo a zero, o que estabelece uma empresa em crescimento contínuo, com capital próprio, longe de capital de terceiros.

		FÔRMULA
Endiv Total	=	PC + PELP
		ATIVO

ANO 1	=	0,56619
--------------	---	----------------

ANO 2	=	0,521449
--------------	---	-----------------

ANO 3	=	0,473382
--------------	---	-----------------

ANO 4	=	0,429098
--------------	---	-----------------

ANO 5	=	0,388543
--------------	---	-----------------

Neste sentido, o índice indica que quanto menos a empresa depender de recursos remunerados para financiar seu ativo, melhor será a qualidade de suas estruturas de capitais.

6.2 Garantia de Capital de Terceiros

A empresa CAP Lanches mostra crescimento na garantia de retorno ao capital de terceiros, o que favorece sua situação financeira dentro do mercado.

		FÔRMULA
Garant. De cap. De 3	=	Patrimônio Líquido
		Pas. Circ + PELP

ANO 1	=	0,766191
--------------	---	-----------------

ANO 2	=	0,917732
--------------	---	-----------------

ANO 3	=	1,112459
--------------	---	-----------------

ANO 4	=	1,33047
--------------	---	----------------

ANO 5	=	1,573721
--------------	---	-----------------

O índice de participação de capitais de terceiros indica o percentual de capital de terceiros em relação ao patrimônio líquido, retratando a dependência da empresa em relação aos recursos externos.

6.3 Imobilização do Capital Próprio

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

Imob. Cap. Próprio	=	FÔRMULA
		Ativo Permanente Patrim. Líquido

ANO 1	=	0,15
--------------	---	-------------

ANO 2	=	0,11
--------------	---	-------------

ANO 3	=	0,09
--------------	---	-------------

ANO 4	=	0,07
--------------	---	-------------

ANO 5	=	0,06
--------------	---	-------------

Está diminuindo, tendendo a zero na projeção realizada para cinco anos futuros, o que favorece a empresa.

6.4-Liquidez Geral

Indica quanto a empresa possui em dinheiros, bens, direitos realizáveis a curto e longo prazo para fazer face às suas dívidas totais. O valor quanto mais cresce, mais favorável para a empresa. Nota-se que a liquidez geral é o oposto da imobilização do patrimônio líquido: quando um cresce, o outro, obrigatoriamente, decresce.

Liquidez Geral	=	FÔRMULA
		AC + RLP PC+ELP

ANO 1	=	1,65
--------------	---	-------------

ANO 2	=	1,82
--------------	---	-------------

ANO 3	=	2,02
--------------	---	-------------

ANO 4	=	2,24
--------------	---	-------------

ANO 5	=	2,49
--------------	---	-------------

6.5 Capital Circulante Líquido

Quanto maior for o capital circulante líquido, maior será o índice de liquidez da empresa.

		FÔRMULA
Cap.Cir. Líquido	=	Ativo Circ - Pass Circ

ANO 1	=	56.699,47
--------------	---	------------------

ANO 2	=	75.479,36
--------------	---	------------------

ANO 3	=	98.015,23
--------------	---	------------------

ANO 4	=	125.058,28
--------------	---	-------------------

ANO 5	=	157.509,93
--------------	---	-------------------

6.6 Liquidez Instantânea ou Absoluta

Indica que a empresa mantém recursos que saldam suas dívidas de curto prazo.

		FÔRMULA
Liquidez Instan.	=	Disponível
		Passivo Circulante

ANO 1	=	1,139653
--------------	---	-----------------

ANO 2	=	1,291482
--------------	---	-----------------

ANO 3	=	1,483833
--------------	---	-----------------

ANO 4	=	1,70068
--------------	---	----------------

ANO 5	=	1,944112
--------------	---	-----------------

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, segue o mesmo raciocínio, no caso, do índice de liquidez instantâneo. Quanto maior, melhor.

		FÓRMULA
Liquidez Seca	=	Disp.+ Duplic.+Aplic.
		Passivo Circulante

ANO 1	=	1,65
--------------	---	-------------

ANO 2	=	1,82
--------------	---	-------------

ANO 3	=	2,02
--------------	---	-------------

ANO 4	=	2,24
--------------	---	-------------

ANO 5	=	2,49
--------------	---	-------------

6.8 Liquidez Corrente

Indica quanto a empresa possui em capital se comparado com suas dívidas a curto período. A empresa se mostra em boa situação também.

		FÓRMULA
Liquidez Corrente	=	Ativo Circulante
		Passivo Circulante

ANO 1	=	1,650516319
--------------	---	--------------------

ANO 2	=	1,817789929
--------------	---	--------------------

ANO 3	=	2,016769782
--------------	---	--------------------

ANO 4	=	2,239075581
--------------	---	--------------------

ANO 5	=	2,486657141
--------------	---	--------------------

7 - Ebitda

É uma medida de performance operacional que considera as receitas operacionais líquidas menos os custos e despesas operacionais, exceto as depreciações e amortizações. Serve para visualizar, porém não de forma concreta, como anda as finanças da empresa em questão, ou seja, se o resultado for negativo,

a situação da empresa é péssima, porém, se for positiva, só isso não é necessário para se tomar qualquer decisão quanto à empresa, seja para compras de suas ações ou fornecimentos de empréstimos.

ANO 1

Lucro Bruto	R\$ 99.332,98
(-) Despesas comerciais	0
(-) Despesas Administrativas	0
(-) Provisão p/ devedores duvidosos	0
EBTIDA	R\$ 99.332,98

Como a empresa não possui gastos com propaganda e nem outros comerciais, então pode-se concluir que o EBTIDA de cada exercício financeiro corresponde ao próprio lucro bruto do ano.

8 - Overtrade

Significa o ato de realizar negócios superiores aos recursos financeiros. Do ponto de vista financeiro, indica que uma empresa está efetuando grande volume de negócios, sem dispor de recursos adequados e suficientes para o financiamento de suas necessidades do capital de giro, o que não ocorre perante a CAP Lanches.

Considerações Gerais

Com a análise realizada na empresa CAP Lanches, percebe-se que a empresa apenas necessita de bons e capacitados administradores/ contadores, capazes de montar um bom plano de negócios para a mesma crescer dentro do mercado.

O ramo alimentício é um dos mais procurados pela sua facilidade de fixar-se e expandir, a empresa em questão aborda muito bem o assunto e mostra-se segura de seus rendimentos e capitais gerados. Os retornos financeiros são instantâneos e a projeção criada para cinco anos só mostra que a empresa está se desenvolvendo muito bem.

Os analistas propõe que devido a grande performance da empresa no decorrer dos cinco anos, é interessante que a mesma faça propagandas visando aumentar sua popularidade e atraindo com isso mais clientes; entrega de lanches à domicílio; expansão de cardápio, para facilitar o almoço de quem trabalha próximo ao local e novas formatações quanto ao layout do estabelecimento, música local e ambiente climatizado.

Bibliografia

Business Plain. Disponível em <<http://www.perito contador.com.br>>. Acesso em: 29 ago de 2007.

Como montar seu próprio empreendimento. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 10 set.2007.

DIAS, Antonia Maria Batista de Souza. **Trabalho de conclusão de curso**, apresentado no primeiro semestre de 2004.

MARION, José Carlos; TRALDI, Maria Cristina. **Monografia para os cursos de administração, contabilidade e economia.** São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** São Paulo: Atlas, 2003.

MATARAZZO, Dante C. **Análise financeira de balanços:** abordagem básica e gerencial. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SILVA, Jose Pereira da. **Análise financeira das empresas**, 8ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006.