



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

# **ADMINISTRAÇÃO**

# **ORÇAMENTÁRIA E FINANCEIRA**

Nome: David Silva Alves da Silva

Turma: HP06 / Manhã

E-mail: [tutb\\_david@hotmail.com](mailto:tutb_david@hotmail.com)

Matrícula: 02010002201

BELÉM – PA

2º SEM / 09

## Sumário

<b>Introdução</b> .....	3
<b>1) Referências do estudo</b> .....	4
<b>2) Plano de Negócio</b> .....	4
2.1) Área de atuação.....	4
2.2) Clientela.....	4
2.3) Recursos necessários.....	4
2.4) Itens à disposição dos clientes.....	5
2.5) Potencialidades da empresa.....	5
2.6) Fatores- Chave para o sucesso.....	5
2.7) Funções da pessoa – chave.....	5
2.8) Expectativas de crescimento da empresa.....	5
2.9) Pontos fortes e fracos da empresa.....	5
<b>3) Análise do Mercado</b> .....	6
3.1) Tática de vendas.....	6
3.2) Principais concorrentes.....	6
<b>4) Dados Financeiros da empresa</b> .....	7
4.1) Balanço Patrimonial.....	7
4.2) Demonstração do Fluxo de Caixa.....	7
4.3) Ponto de Equilíbrio e Folha dos Produtos.....	7
<b>5) Índices Financeiros da empresa</b> .....	7
5.1) Endividamento total.....	8
5.2) Garantia de Capital de Terceiros.....	8
5.3) Imobilização do Capital Próprio.....	8
5.4) Liquidez Geral.....	8
5.5) Capital circulante líquido.....	8
5.6) Liquidez Instantânea.....	8
5.7) Liquidez seca.....	9
5.8) Liquidez Corrente.....	9
<b>Considerações finais</b> .....	10
<b>ANEXO I</b> .....	11
<b>ANEXO II</b> .....	12
<b>ANEXO III</b> .....	13
<b>ANEXO IV</b> .....	14
<b>ANEXO V</b> .....	15
<b>ANEXO VI</b> .....	16
<b>ANEXO VII</b> .....	19
<b>ANEXOVIII</b> .....	20

## Introdução

Este trabalho tem a finalidade de evidenciar a nós, graduandos, o quanto o planejamento é importante e necessário para a organização e sucesso dos negócios em geral, sejam eles empresas informais, microempresas ou empresas de maior porte. Através das aulas da disciplina Administração Financeira e Orçamentária, aliando a teoria e prática no empreendedorismo, tivemos a oportunidade de criar uma empresa, de um ramo à escolha, e acompanhar seu desenvolvimento projetado no decorrer de 5 (cinco) anos, e nossa intenção foi perceber que a união do conhecimento de técnicas contábeis e de administração contribuem imensamente para a continuidade do negócio, pois, como sabemos, são muitas as pessoas que se aventuram em abrir um negócio sem ter qualquer domínio da atividade, e muito menos um plano de negócios, e acabam por fechar suas portas em pouco tempo de funcionamento.

Espera-se com este trabalho contribuir para que os empreendedores em geral não recorram ao hábito da falta de planejamento e gestão nas suas empresas, em outras palavras, para que possam ter sucesso e tenham seu lugar no mercado, cada vez mais exigente e concorrido.

## **PLANO DE NEGÓCIO**

### **1) REFERÊNCIAS DE ESTUDO**

Criou-se para o acompanhamento do planejamento estratégico a “Churrascaria Bom de Garfo”, localizada na Avenida Senador Lemos, próximo à TV. Djalma Dutra, no Bairro do Telégrafo, onde serão vendidos vários tipos de churrasco e bebidas para almoço. Partindo desse ponto, visa-se realizar as práticas contábeis para auxiliar na estruturação do plano de negócios.

### **2) PLANO DE NEGÓCIO**

O Plano de Negócio compreende todos os aspectos que influenciam direta ou indiretamente na entidade. É através desse plano que serão projetados todos os demonstrativos, bem como a lista de necessidades e os quadros de custos.

#### **2.1) Área de Atuação**

Localiza-se na Avenida Senador Lemos, próximo à TV. Djalma Dutra, no Bairro do Telégrafo. Procura abrangência neste bairro e áreas vizinhas.

#### **2.2) Clientela**

Na referida área nota-se grande fluxo de comércio, serviços e pessoas, inclusive no horário do almoço, que é logicamente o horário de pico de funcionamento da empresa. Relativo ao fluxo de comércio, serviços e pessoas citado acima, podemos mencionar: agências bancárias (Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica, Banpará), complexo dos Correios, supermercados, lojas de auto-peças, concessionárias, lojas de materiais de construção, equipamentos de informática, feira do Telégrafo, UEPA, cursos preparatórios, óticas, pontos de táxi e moto-táxi, dentre outros, lembrando também das residências.

#### **2.3) Recursos Necessários**

Para a concretização do negócio, foram utilizados recursos de capital próprio. O local para a instalação é próprio, adquirindo-se apenas os itens da estrutura do negócio (à vista), observados na *Lista de Necessidades*, ver Anexo I, e no *Quadro Estrutural de Custos*, conforme anexo II.

#### 2.4) Itens à disposição dos Clientes

O local busca ser opção agradável e de qualidade para almoço, oferecendo aos clientes diversos tipos de churrasco em forma de espetos (alcatra, picanha, frango, etc.), a preços acessíveis.

#### 2.5) Potencialidades da empresa

Na área de atuação do negócio se desconhece um local possuindo características semelhantes (venda de churrasco para almoço), criando assim uma nova alternativa para os clientes que almoçam nas proximidades. Todos os funcionários possuem experiência no ramo, o que contribuirá positivamente no atendimento e na qualidade dos produtos. Dessa forma, a empresa espera atender a três pontos importantíssimos no ramo de restaurantes do respectivo público-alvo: atendimento, qualidade dos produtos e preços justos.

#### 2.6) Fatores- Chave para o sucesso

Podemos citar como primordiais a conquista do cliente ao primeiro contato, criando assim o efeito de publicidade indireta (possibilidade do próprio comentar com terceiros sobre o local, atraindo novos clientes) e fidelidade cliente – negócio ; otimização do preparo dos pratos para que o cliente aguarde seu pedido o mínimo possível ; ambiente agradável , já que o foco do local são as refeições, busca-se um clima familiar de forma a priorizar a tranquilidade.

#### 2.7) Funções da pessoa – chave

Contornar eventuais acontecimentos que porventura prejudiquem o decorrer das operações, acessar no controle de estoques; gerenciar as entradas e saídas do caixa ; auxiliar na harmonização das operações entre os funcionários para que haja sintonia entre os mesmos, dentre outras atribuições. A princípio essa função será exercida pelos proprietários do local.

#### 2.8) Expectativas de crescimento da empresa

Projeta-se um índice de crescimento no percentual entre 5 e 6% ao ano, conforme cálculos estimados da DFC de cada produto, considerando como base o IGPM do ano 1 de funcionamento. Consultar DFC Geral no Anexo III.

#### 2.9) Pontos fortes e fracos da empresa

A empresa aposta no grande fluxo de pessoas que transitam na área, e conforme constatou-se, a maioria dos trabalhadores não almoça em casa, por morar longe do local de trabalho. Aliado a esse fator, a churrascaria pretende atrair esses consumidores utilizando-se das potencialidades já citadas. Porém, existem dois pontos que a empresa precisa atentar-se, que é o fato de, a princípio, oferecer apenas churrasco, enquanto existem alguns restaurantes informais

na região próxima que oferecem outros tipos de refeições (comida caseira em geral), que, apesar de serem de qualidade considerada inferior, atraem também uma parcela desse mercado.

Dependendo da aceitação do mercado, esse problema pode ser minimizado se a empresa adaptar-se a também oferecer outros tipos de pratos, adequando uma parte do seu planejamento a essa necessidade.

### **3) ANÁLISE DO MERCADO**

Pela Av. Senador Lemos e região transitam os mais variados tipos e classes sociais de pessoas. Como já mencionado anteriormente, a empresa tem como principal mercado consumidor os trabalhadores da redondeza, em geral de classe média, que moram em bairros distantes do seu local de trabalho e por esse motivo não almoçam em casa. Como os preços da empresa estão na média dos preços de restaurantes de comida caseira (que servem pratos-feitos, etc.), a Churrascaria espera absorver parte desse mercado.

#### **3.1) Táticas de Vendas**

As táticas de venda são importantíssimas não só para atrair os clientes, mas para que eles se sintam satisfeitos e retornem com frequência ao local. Ao primeiro contato com o clientes, todos os funcionários, principalmente os garçons, foram orientados a dirigir-se a esses clientes com educação e bons modos, ou seja, um bom tratamento, que é sempre um diferencial muito válido. Os funcionários da cozinha também foram instruídos a trabalhar com agilidade, sem prejudicar a qualidade dos pratos, lembrando-os do problema que é deixar os clientes aguardando muito tempo os seus pratos. Nesse mesmo raciocínio foram orientados os churrasqueiros, que já têm experiência nessa função e ajudam na otimização do preparo dos pratos.

Periodicamente, a churrascaria também considera a utilização de carros-som na área, para massificar a publicidade do local, observando os resultados.

#### **3.2) Principais concorrentes**

De acordo com o dito nos pontos fortes e fracos da empresa, os principais competidores são os pequenos restaurantes das proximidades, que, mesmo sendo poucos e de tamanho reduzido, também atraem uma parcela de clientes. Alguns desses restaurantes inclusive abrem conta para alguns fregueses mais fiéis, baseando-se apenas no critério de confiança. Esse fato acaba sugerindo até uma oportunidade de mercado para a empresa, que pode criar um cadastro com clientes e empresas, uma espécie de crediário para pagamento posterior, geralmente na época dos recebimentos dos salários, proporcionando uma facilidade aos clientes e entrando nessa parcela do mercado.

#### **4) Dados Financeiros da empresa**

Os recursos provém inicialmente do capital próprio da empresa, sendo depois originados das receitas de vendas dos pratos.

##### **4.1) Balanço Patrimonial**

O Balanço Patrimonial da entidade foi elaborado no momento da sua constituição, e depois projetado para 5 (cinco) anos, conforme observado no Anexo IV.

##### **4.2) Demonstração do Fluxo de Caixa**

A DFC foi projetada estimando o crescimento da ordem de 5% ao ano da empresa (ver Anexo III), considerando-se o IGPM de outubro de 2009.

##### **4.3) Ponto de Equilíbrio e Folha dos Produtos**

O ponto de equilíbrio denota quantas “x” unidades precisam ser vendidas para sanar os “x” custos e despesas, de cada produto vendido. Conforme Anexo VI A Folha dos produtos encontra-se detalhada no Anexo V.

#### **5) Índices Financeiros da empresa**

Representa a relação entre as contas de um grupo das demonstrações financeiras, procurando evidenciar uma visão ampla da situação econômica ou financeira da empresa. Contidos no Anexo VIII.

### 5.1) Endividamento total

Notamos que a empresa possui estes índices bem próximos de 0 (zero), ou seja, índice quase nulo de dependência de capital de terceiros. Logo, a empresa possui suas atividades desenvolvidas na prática unicamente com capital próprio.

### 5.2) Garantia de Capital de Terceiros

Este índice praticamente se mantém, mantendo a aceitação da empresa no mercado.

### 5.3) Imobilização do Capital Próprio

Relativo aos bens do imobilizado, com o decorrer dos anos, este índice diminui gradativamente, o que pode ser considerado proveitoso para o aspecto financeiro da empresa.

### 5.4) Liquidez Geral

Indica quanto a empresa possui no seu Ativo circulante (e realizável a longo prazo) para cada R\$ 1,00 de dívida total. Evidencia o poder da entidade de honrar seus compromissos financeiros. A referida entidade possui um ótimo nível de liquidez, em virtude de trabalhar com vendas exclusivamente à vista, a princípio.

### 5.5) Capital circulante líquido

Representa a folga financeira a curto prazo, ou seja, a diferença entre o Ativo Circulante e o Passivo Circulante da empresa. A referida entidade possui uma boa margem de segurança, financiando suas atividades sem a dependência de capital de terceiros.

### 5.6) Liquidez Instantânea

Mostra que a empresa possui recursos disponíveis para honrar suas obrigações a curto prazo. No nosso caso, corresponde ao mesmo valor da liquidez seca.



### 5.7) Liquidez Seca

Este índice visa medir o grau de excelência da sua situação financeira. Unido ao índice de liquidez corrente, reforça o grau de liquidez da empresa. Este valor corresponde ao mesmo da liquidez instantânea, ao passo que a empresa recebe suas vendas à vista.

### 5.8) Liquidez Corrente

Indica quanto a entidade possui no Ativo Circulante para cada R\$ 1,00 de Passivo Circulante. No caso da entidade em estudo, que vende seus produtos diariamente, o giro de estoque é bastante movimentado, deixando com folga as dívidas a curto prazo, conforme entradas do caixa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível entender o motivo da realização de um plano de investimento ser, indiscutivelmente, ferramenta das mais úteis para os administradores, bem como foi possível para nós, do curso de Ciências Contábeis, colocarmos em prática os vários demonstrativos da Contabilidade que assimilamos no decorrer do curso, e por sua vez interpretá-los, auxiliando a gestão na tomada de decisões.

A prática deste trabalho serve inclusive de referência para nossa futura carreira profissional, quando, já graduados, podermos executar essas diversas tarefas aprendidas em sala, no sucesso de nossa carreira como contadores.

Fica o agradecimento ao Professor Héber Moreira, pela oportunidade.

## ANEXO I

## LISTA DE NECESSIDADES PARA O INÍCIO DA ATIVIDADE : PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

ITEM	QTDE.	VALOR UNIT.(R\$)	TOTAL (R\$)
Churrasqueira	1	500,00	500,00
Mesas (incluindo 4 cadeiras cada)	20	150,00	3.000,00
Ventiladores de teto	8	100,00	800,00
Televisor LCD	2	1.500,00	3.000,00
Prataria (envolvendo todas as peças)	120	5,00	600,00
Talheres e utensílios em geral	200	3,00	600,00
Freezer Horizontal	2	1.500,00	3.000,00
Fogão industrial	1	1.000,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>12.500,00</b>

## ANEXO II

## QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS

ITEM	QTDE. / MÊS	CONSUMO / DIA	CONSUMO / PRATO	PRATOS / DIA	VU / PRATO (R\$)
<b>Carvão</b>	30 sacas (20kg cada)	1 saca	125 g	160	<b>0,0625</b>
<b>Margarina</b>	4,5 kg	150 g	10 g	15	<b>0,04</b>
<b>Espetos de madeira</b>	43,5 pacotes (100 espetos cada)	145 unidades	1 unidade	145	<b>0,10</b>
<b>Arroz</b>	525 kg	14,5 kg	100 g	145	<b>0,15</b>
		3,0 kg	200 g	15	<b>0,30</b>
<b>Feijão</b>	525 kg	14,5 kg	100 g	145	<b>0,25</b>
		3,0 kg	200 g	15	<b>0,50</b>
<b>Vinagrete</b>	277,5 kg	7,750 kg	50 g	155	<b>0,30</b>
		1,5 kg	100 g	15	<b>0,60</b>
<b>Batatas</b>	157,5 kg	5,25 kg	250 g (porção)	6	<b>0,75</b>
			250 g (acompanhamento de pratos)	15	<b>0,75</b>
<b>Óleo de cozinha</b>	52,5 latas de 1litro	1,75 litros	83,33 ml	21	<b>0,20</b>
<b>Farofa (pronta)</b>	255 kg	8,5 kg	50 g	170	<b>0,075</b>
<b>Molho Shoyu</b>	30 garrafas de 1 litro	1 Litro	5,88 ml	170	<b>0,029</b>
<b>Gás de cozinha</b>	4 botijões	13%	rateio	176	rateio

## ANEXO III

**DFC GERAL DOS PRODUTOS PROJETADA PARA 5 ANOS**

	1º ANO	2º ANO	3º ANO	4º ANO	5º ANO
	<b>RECEBIMENTOS</b>				
<b>Faturamento</b>	<b>415.800,00</b>	<b>436.590,00</b>	<b>458.419,45</b>	<b>481.340,47</b>	<b>505.407,49</b>
	<b>PAGAMENTOS</b>				
<b>Custos Variáveis</b>	<b>147.388,00</b>	<b>155.285,05</b>	<b>163.605,22</b>	<b>172.371,19</b>	<b>181.606,83</b>
<b>Custos Fixos</b>	<b>49.440,00</b>	<b>52.088,99</b>	<b>54.879,92</b>	<b>57.820,39</b>	<b>60.918,40</b>
Churrasqueiros	18.000,00	18.964,44	19.980,55	21.051,11	22.179,03
Cozinheiras	15.600,00	16.435,84	17.316,48	18.224,29	19.221,82
Garçons	13.200,00	13.907,25	14.652,40	15.437,48	16.264,62
En. Elétrica	1.200,00	1.264,29	1.332,03	1.403,40	1.478,60
Mat. de Limpeza	840,00	885,00	932,42	982,38	1.035,01
Água (cozinha)	600,00	632,14	666,01	701,70	739,30
<b>Despesas</b>	<b>690,00</b>	<b>726,97</b>	<b>765,92</b>	<b>806,96</b>	<b>850,19</b>
<b>TOTAL</b>	<b>197.518,00</b>	<b>208.101,01</b>	<b>219.251,06</b>	<b>230.998,54</b>	<b>243.375,42</b>
<b>SALDO DE CAIXA</b>	<b>218.282,00</b>	<b>228.488,99</b>	<b>239.168,39</b>	<b>250.341,93</b>	<b>262.032,07</b>

## ANEXO IV

## BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL

ATIVO		PASSIVO	
<b>CIRCULANTE</b>		<b>CIRCULANTE</b>	
<i>Disponível</i>	<b>21.500,00</b>	<i>Circulante</i>	<b>9.104,25</b>
Caixa.....	1.500,00	Fornecedores.....	4.704,25
Bancos.....	20.000,00	Salários a pagar.....	4.400,00
<i>Estoques.....</i>	<b>14.704,25</b>		
<b>PERMANENTE</b>		<b>Patrimônio líquido</b>	
<i>Imobilizado</i>		Cap. Social.....	289.600,00
Imóveis.....	250.000,00		
Móveis e utensílios.....	12.500,00		
<b>TOTAL DO ATIVO : 298.704,25</b>		<b>TOTAL DO PASSIVO : 298.704,25</b>	

## BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO PARA 5 ANOS

ATIVO	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
<b>CIRCULANTE</b>	<b>254.486,25</b>	<b>264.693,24</b>	<b>275.372,64</b>	<b>286.546,18</b>	<b>298.236,32</b>
<i>Disponível</i>	<b>239.782,00</b>	<b>249.988,99</b>	<b>260.668,39</b>	<b>271.841,93</b>	<b>283.532,07</b>
Caixa	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Bancos	238.282,00	248.488,99	259.168,39	270.341,93	282.032,07
<i>Estoques</i>	14.704,25	14.704,25	14.704,25	14.704,25	14.704,25
<b>PERMANENTE</b>	<b>251.250,00</b>	-	<b>228.750,00</b>	<b>217.500,00</b>	<b>206.250,00</b>
<i>Imobilizado</i>	<b>262.500,00</b>	<b>251.250,00</b>	<b>#REF!</b>	<b>#REF!</b>	<b>#REF!</b>
Imóveis	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
Móveis e utensílios	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00
( - ) Depreciação acumulada	(11.250,00)	-	<b>#REF!</b>	<b>#REF!</b>	<b>#REF!</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>505.736,25</b>	<b>264.693,24</b>	<b>504.122,64</b>	<b>504.046,18</b>	<b>504.486,32</b>

PASSIVO	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
<b>CIRCULANTE</b>	<b>9.104,25</b>	<b>9.104,25</b>	<b>9.104,25</b>	<b>9.104,25</b>	<b>9.104,25</b>
Fornecedores	4.704,25	4.704,25	4.704,25	4.704,25	4.704,25
Salários a pagar	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>496.632,00</b>	<b>495.588,99</b>	<b>495.018,39</b>	<b>494.941,93</b>	<b>495.382,07</b>
Capital Social	289.600,00	289.600,00	289.600,00	289.600,00	289.600,00
Reservas de Lucros	207.032,00	205.988,99	205.418,39	205.341,93	205.782,07
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>505.736,25</b>	<b>504.693,24</b>	<b>504.122,64</b>	<b>504.046,18</b>	<b>504.486,32</b>

## ANEXO V

## FOLHA DOS PRODUTOS

PRODUTOS	QTDE. / DIA	C. VARIÁVEIS	C. FIXOS	DESPESAS	TOTAL / UNID.	TOTAL / DIA	TOTAL / MÊS
		( R\$ )	( R\$ )	( R\$ )	( R\$ )	( R\$ )	( R\$ )
Espeto de Alcatra	30	1,99	0,8083	0,13	2,93	87,90	2.637,00
Espeto de Calabresa	15	1,49	0,8083	0,13	2,43	36,45	1.093,50
Espeto Misto	65	1,74	0,8083	0,13	2,68	174,20	5.226,00
Espeto de Frango	15	1,99	0,8083	0,13	2,93	43,95	1.318,50
Espeto de Picanha	20	2,49	0,8083	0,13	3,43	68,60	2.058,00
Tira - Gosto de Alcatra	5	2,45	0,4958	0,13	3,07	15,35	460,50
Tira - Gosto de Calabresa	5	1,45	0,4958	0,13	2,07	10,35	310,50
Porção de Batatas - Fritas	6	0,96	0,4958	0,13	1,58	9,48	284,40
Picanha na Brasa	10	5,55	0,8083	0,13	6,48	64,80	1.944,00
Picanha na Chapa	5	5,54	0,8083	0,13	6,47	32,35	970,50

## ANEXO VI

### PONTO DE EQUILÍBRIO

#### ESPETO DE ALCATRA

Pvenda / Unid.	5,86
CDV / Unid.	1,99
CDF / Mês	844,47
MCU	3,87

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = \frac{844,47}{3,87} = 218,21 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 5,86 \times 218,21 = \text{R\$ } 1.278,71$$

#### ESPETO DE CALABRESA

Pvenda / Unid.	4,86
CDV / Unid.	1,49
CDF / Mês	422,23
MCU	3,37

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = \frac{422,23}{3,37} = 125,29 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 4,86 \times 125,29 = \text{R\$ } 608,90$$

#### ESPETO MISTO

Pvenda / Unid.	5,36
CDV / Unid.	1,74
CDF / Mês	1.829,68
MCU	3,62

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = \frac{1.829,68}{3,62} = 505,43 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 5,36 \times 505,43 = \text{R\$ } 2.709,10$$

#### ESPETO DE FRANGO

Pvenda / Unid.	5,86
CDV / Unid.	1,99
CDF / Mês	422,23
MCU	3,87

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = \frac{422,23}{3,87} = 109,10 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 5,86 \times 109,10 = \text{R\$ } 639,33$$



### ESPETO DE PICANHA

Pvenda / Unid.	6,86
CDV / Unid.	2,49
CDF / Mês	562,98
MCU	4,37

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = 562,98 / 4,37 = 128,83 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 6,86 \times 128,83 = \text{R\$ } 883,77$$

### TIRA-GOSTO ALCATRA

Pvenda / Unid.	6,14
CDV / Unid.	2,45
CDF / Mês	93,87
MCU	3,69

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = 93,87 / 3,69 = 25,44 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 6,14 \times 25,44 = \text{R\$ } 156,20$$

### TIRA-GOSTO CALABRESA

Pvenda / Unid.	4,14
CDV / Unid.	1,45
CDF / Mês	93,87
MCU	2,69

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = 93,87 / 2,69 = 34,90 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 4,14 \times 34,90 = \text{R\$ } 144,47$$

### PORÇÃO BATATAS - FRITAS

Pvenda / Unid.	3,16
CDV / Unid.	0,96
CDF / Mês	112,64
MCU	2,20

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = 112,64 / 2,20 = 51,20 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 3,16 \times 51,20 = \text{R\$ } 161,79$$

PICANHA NA BRASA	
Pvenda / Unid.	12,96
CDV / Unid.	5,55
CDF / Mês	281,49
MCU	7,41

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = 281,49 / 7,41 = 37,99 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 12,96 \times 37,99 = \text{R\$ } 492,35$$

PICANHA NA CHAPA	
Pvenda / Unid.	12,94
CDV / Unid.	5,54
CDF / Mês	140,74
MCU	7,40

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{MCU}} = 140,74 / 7,40 = 19,02 \text{ unid. / mês}$$

$$\text{PE em R\$} : \text{Pvenda / Unid.} \times \text{PE / Unid.} = 12,94 \times 19,02 = \text{R\$ } 246,11$$

## ANEXO VII

## DRE PROJETADA P/ 5 ANOS

RESULTADO DO EXERCÍCIO	ANO I	AH	AV	ANO II	AH	AV	ANO III
<b>Receita operacional Bruta</b>	<b>415.800,00</b>	.....	100%	<b>436.590,00</b>	105%	100%	<b>458.419,45</b>
Venda dos produtos	415.800,00	.....	100%	436.590,00	105%	100%	458.419,45
<b>( = ) Receita operacional Líquida</b>	<b>415.800,00</b>	.....	100%	<b>436.590,00</b>	105%	100%	<b>458.419,45</b>
<b>( - ) Custos Fixos e Variáveis</b>	<b>196.828,00</b>	.....	47%	<b>207.374,04</b>	105,358%	47%	<b>218.485,14</b>
Custos Fixos	49.440,00	.....	12%	52.088,99	105,358%	12%	54.879,92
Custos Variáveis	147.388,00	.....	35%	155.285,05	105,358%	36%	163.605,22
<b>( = ) LUCRO OPERACIONAL BRUTO</b>	<b>218.972,00</b>	.....	53%	<b>229.215,96</b>	105%	53%	<b>239.934,31</b>
<b>( - ) DESPESAS OPERACIONAIS</b>	<b>11.940,00</b>	.....	2,87%	<b>23.226,97</b>	194,53%	5,32%	<b>34.515,92</b>
Despesas fixas	690,00	.....	0,17%	726,97	105,358%	0,17%	765,92
Despesas com depreciação	<u>11.250,00</u>	.....	2,71%	<u>22.500,00</u>	200%	5,15%	<u>33.750,00</u>
Depreciação Imóveis (4% a.a )	10.000,00	.....	2,41%	20.000,00	200%	4,58%	30.000,00
Depreciação Móveis e utensílios (10% a.a.)	1.250,00	.....	0,30%	2.500,00	200%	0,57%	3.750,00
<b>( = ) LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>	<b>207.032,00</b>	.....	50%	<b>205.988,99</b>	99%	47%	<b>205.418,39</b>

RESULTADO DO EXERCÍCIO	ANO IV	AH	AV	ANO V	AH	AV
<b>Receita operacional Bruta</b>	<b>481.340,47</b>	105%	100%	<b>505.407,49</b>	105%	100%
Venda dos produtos	481.340,47	105%	100%	505.407,49	105%	100%
<b>( = ) Receita operacional Líquida</b>	<b>481.340,47</b>	105%	100%	<b>505.407,49</b>	105%	100%
<b>( - ) Custos Fixos e Variáveis</b>	<b>230.191,58</b>	105,358%	48%	<b>242.525,23</b>	105,358%	48%
Custos Fixos	57.820,39	105,358%	12%	60.918,40	105,358%	12%
Custos Variáveis	172.371,19	105,358%	36%	181.606,83	105,358%	36%
<b>( = ) LUCRO OPERACIONAL BRUTO</b>	<b>251.148,89</b>	105%	52%	<b>262.882,26</b>	105%	52%
<b>( - ) DESPESAS OPERACIONAIS</b>	<b>45.806,96</b>	132,71%	9,52%	<b>57.100,19</b>	124,65%	11,30%
Despesas fixas	806,96	105,358%	0,17%	850,19	105,357%	0,17%
Despesas com depreciação	<u>45.000,00</u>	133%	9,35%	<u>56.250,00</u>	125%	11,13%
Depreciação Imóveis (4% a.a )	40.000,00	133%	8,31%	50.000,00	125%	9,89%
Depreciação Móveis e utensílios (10% a.a.)	5.000,00	133%	1,04%	6.250,00	125%	1,24%
<b>( = ) LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>	<b>205.341,93</b>	100%	43%	<b>205.782,07</b>	100%	41%

## ANEXO VIII

## ÍNDICES FINANCEIROS

<b>Endividamento Total</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>ET</i>	$= \frac{PC + PELP}{AT} =$	0,018	0,018	0,018	0,018	0,018

<b>Garantia de Capital de Terceiros</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>GCT</i>	$= \frac{PL}{PC + PELP} =$	54,55	54,43	54,37	54,36	54,41

<b>Imobilização do Capital Próprio</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>ICP</i>	$= \frac{AP}{PL} =$	0,505	0,484	0,462	0,439	0,416

<b>Liquidez Geral</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>LG</i>	$= \frac{AC + ARLP}{PC + PELP} =$	27,95	29,07	30,24	31,47	32,75

<b>Capital Circulante Líquido</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>CCL</i>	$= AC - PC =$	245.382,00	255.588,99	266.268,39	277.441,93	289.132,07

<b>Liquidez Instantânea</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>LI</i>	$= \frac{\text{Disponível}}{PC} =$	26,33	27,45	28,63	29,85	31,14

<b>Liquidez Seca</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>LS</i>	$= \frac{AC - EST.}{PC} =$	26,33	27,45	28,63	29,85	31,14

<b>Liquidez Corrente</b>		<b>ANO I</b>	<b>ANO II</b>	<b>ANO III</b>	<b>ANO IV</b>	<b>ANO V</b>
<i>LC</i>	$= \frac{AC}{PC} =$	27,95	29,07	30,24	31,47	32,75