



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

**Edivaldo Pastana Bastos Matrícula: 0201009801**

**Erasmu Dutra do Carmo Matrícula: 0201001901**

**Análise da viabilidade econômico-financeira de uma Empresa no ramo de  
picolés em Ananindeua/Pará, sob a ótica do Plano de Negócio.**

**BELEM**

**2006**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

**Edivaldo Pastana Bastos Matrícula: 0101006801**

**Erasmu Dutra do Carmo Matrícula: 0201001901**

**Análise da viabilidade econômico-financeira de uma Empresa no ramo de  
picolés em Ananindeua/Pará, sob a ótica do Plano de Negócio.**

**Trabalho acadêmico apresentado  
para obtenção de conceito na  
disciplina Administração  
Financeira e Orçamento  
Empresarial.**

**Orientador: Profº. Heber Lavor Moreira**

**BELEM**

**2006**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

**Edivaldo Pastana Bastos Matrícula: 0201009801**

**Erasmu Dutra do Carmo Matrícula: 0201001901**

**Análise da viabilidade econômico-financeira de uma Empresa no ramo de Picolés em Ananindeua/Pará, sob a ótica do Plano de Negócio.**

**Trabalho acadêmico apresentado para obtenção de conceito na disciplina Administração Financeira e Orçamento Empresarial.**

**Orientador: Profº. Heber Lavor Moreira**

**Aprovação em: \_\_\_\_\_**

**Conceito: \_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_

**Orientador: Professor Heber Lavor Moreira**

**BELEM**

**2005**

## **AGRADECIMENTOS**

**À Universidade Federal do Pará.**

**Ao Professor Heber Lavor pela presteza na orientação e acompanhamento.**

**À todos que de contribuíram para que este trabalho se tornasse realidade.**

## RESUMO

Este trabalho terá o propósito de destacar a importância do estudo da viabilidade econômico-financeira, sob a ótica do plano de negócio como ferramenta para a implementação de uma picolés na cidade de Ananindeua/PA.

Durante anos o Brasil se deparou com crises e planos econômicos, muitos deles fadados ao fracasso, pois eram criados somente como instrumentos paliativos que tinham como único objetivo o mascaramento de uma realidade de profundo agravamento econômico.

Diante de uma realidade adversa em termos econômicos, muitos empreendimentos, muitas vezes sólidos no mercado, ruíram levados pelo mau gerenciamento ou por não suportarem pesados encargos. Assim, é essencial ao gestor de uma empresa um bom acompanhamento das atividades empresariais e, mais do que isso, ter um bom conhecimento da realidade econômico financeira do país.

Dentro desse matiz, é essencial ao empreendedor ter um bom planejamento das atividades que seu empreendimento desenvolve e de como está inserido na realidade do mercado, bem como sua clientela interage com a empresa. O desconhecimento do planejamento empresarial pode custar caro a empreendedores, sendo que muitas vezes a empresa é levada a um processo de descontinuidade pela falta de visão estratégica.

A proposta do presente trabalho é atender e dar suporte aos futuros empresários, principalmente aos do ramo de negócio a seguir desenvolvido, no sentido de auxiliá-los quanto aos mecanismos imprescindíveis para que seu empreendimento não fracasse, possibilitando aos microempreendedores o conhecimento da relevância do estudo das viabilidades econômico financeira do negócio que se deseja empreender, com base no plano de negócio, para que seja possível atender um dos principais princípios de contabilidades que é o princípio da continuidade do empreendimento.

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO I	9
1.1 TÍTULO DO ESTUDO	9
1.2 OBJETIVO DO ESTUDO	9
1.2.1 a Importância do Estudo	9
1.2.2 A Proposta a ser Alcançada no Estudo	10
1.2.3 Relevâncias Técnicas e/ou Científicas	10
1.2.4 A Delimitação do Estudo	10
1.2.5 A Organização do Estudo	11
1.3 PÚBLICO ALVO	11
1.4 Justificativa	11
1.5 Metodologia do Estudo	12
1.6 Bibliografia	13
CAPÍTULO II	14
2.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	14
2.2 OBJETIVO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	15
2.3 PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO	15
2.3.1 Quando Tomar uma Decisão	15
2.4 PREVISÃO	16
2.4.1 Conceito	16
2.5 COMO TOMAR UMA DECISÃO	16
CAPÍTULO III	18
3.1 PLANO DE NEGÓCIO	18
3.1.1 Conceito	18
3.1.2 Por que Planejar?	19
3.2 O Empreendimento	20
3.2.1 Dados da Empresa	20
3.2.2 Dados dos Dirigentes	20
3.2.3 Definição do Negócio	21
3.2.4 Documentação Necessária	21
3.2.5 Fontes de Receita	22
3.2.6 Necessidades do Mercado a ser Atendido	22
3.2.7 Perfil do Mercado	22
3.2.8 Análise Estratégica	24
3.2.9 Resumo Executivo	25
CAPÍTULO IV	26
4.1 MARKETING	26
4.1.1 Produto	26
4.1.2 Preço	26
4.1.3 Mercado	26
4.1.4 Propaganda	27
CAPÍTULO V	28
5.1 INFORMAÇÕES REFERENCIAIS DA PICOLÉS KERO-KERO	28
5.1.1 Pontos Importantes	28
5.1.2 Manipulação	28
5.1.3 As Instalações	29
CAPÍTULO VI	30
6.1 Balanço Patrimonial	30
6.2 Demonstração de Resultado de Exercício – DRE	31
6.3 Demonstrações do Fluxo de Caixa	33
6.4 Indicadores de Avaliação de Negócios	33
6.4.1 Valor Presente Líquido – VPL	33
6.4.2 Taxa Interna de Retorno – TIR	34
6.4.5 Ponto de Equilíbrio – PE	35
CAPÍTULO VII	37
7.1 Conclusão	37
CAPÍTULO VIII	38
8.1 Bibliografia	38
ANEXO I	39

## INTRODUÇÃO

O panorama da economia brasileira nas últimas décadas tem passado por momentos críticos. No princípio dos anos setenta tivemos um crescimento acelerado, logo após nossa economia veio desacelerando. As crises econômicas foram sendo paliativamente sanadas com planos emergenciais e eleitoreiros. Uma das características de nossos políticos e empresários é de não atentar para um planejamento a médio e longo prazo, daí a origem dos insucessos nas empreitadas econômicas.

Outros fatores que desnortearam o país foram os sucessivos endividamentos, tanto externos como internos, sendo que os empréstimos a banqueiros, países ricos, FMI, etc. levaram ao desequilíbrio na contas do governo.

Essa realidade não está distante, se forem levados em conta as microempresas, pois muitas delas enfrentam dificuldade no seu balanço de pagamentos, principalmente num quadro de incertezas econômico-financeiras e altos encargos sociais e trabalhistas pelo qual seus gestores e contadores se deparam.

Atualmente, muitas pessoas querem criar seu próprio negócio, em suma, querem ser empresários. Mas a maioria não possui os requisitos teóricos necessários para serem empreendedores. Uma grande parcela monta seus negócios sem o auxílio profissional adequado e competente. Dentro desse contexto é e de suma importância que o futuro empreendedor adquira capacitação em órgãos do ramo que lhe dêem a devida orientação, como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Junta Comercial, escritórios de contabilidade, etc.

A realidade do mercado muitas vezes é cruel para empreendedores que se baseiam de forma amadora nos seus negócios.

A proposta do presente estudo é de emprestar conhecimentos e técnicas que possam auxiliar, tanto empreendedores como profissionais, a movimentarem um negócio tendo como referencial um plano de negócios elaborado de forma lógica e voltado para o ramo de picolés.



# **CAPÍTULO I**

## **1.1 TÍTULO DO ESTUDO**

Análise da viabilidade econômico-financeira de uma Empresa no ramo de picolés em Ananindeua/Pará, sob a ótica do Plano de Negócio.

## **1.2 OBJETIVO DO ESTUDO**

### **1.2.1 A importância do estudo**

O Brasil é um dos poucos países tem uma elevada carga tributária e encargos trabalhistas e sociais muito elevados, bem como um quadro de incertezas quanto ao fator inflacionário e um sistema de juros que onera a capacidade produtiva, tanto de empresas como do cidadão comum. Essas variáveis se tornam um grande empecilho para que muitos empreendimentos atuem de forma eficaz num mercado competitivo. Somado o micro empreendedor se vê diante de dificuldades na obtenção dos recursos necessários para o sustento da atividade empresarial, de obtenção de empréstimos, bem como a inadimplência dos clientes, a falta de conhecimento e a falta do referencial teórico e apoio logístico necessário para iniciar e dirigir um empreendimento.

Para aqueles que pretendem começar um empreendimento é necessário, antes de tudo que haja um levantamento de dados e informações em uma série de órgãos (IBGE, sindicatos, associações, SEBRAE, etc) para saber como se encontra este mercado, quanto o futuro empresário terá que vender por mês para não vir a fracassar, quanto poderá retirar por mês de pró-labore, sem prejudicar o bom funcionamento da empresa, quais os tributos a pagar e suas alíquotas e quanto guardar de recursos financeiros para fazer frente aos compromissos nos primeiros meses. Enfim, é preciso fazer o planejamento financeiro e da estrutura da nova empresa.

Diante desses fatos ressalta-se a importância do presente estudo para a implementação de políticas adequadas no sentido de evitar transtornos presentes e futuros, bem como fornecer subsídios necessários para que o empreendimento siga em rota de continuidade empresarial. A análise dos dados contidos no planejamento irá indicar se o empreendimento é viável sob o ponto de vista do plano de negócios, atentando para uma racionalização dos custos e despesas envolvidos.

### **1.2.2 A proposta a ser alcançada no estudo**

O plano de negócios aqui descrito é voltado para o ramo de fabricação de picolés e é a ferramenta utilizada para nortear decisões que visem o alcance do sucesso empresarial estabelecendo parâmetros para tomada de decisões do ponto de vista estratégico, tendo em vista a sobrevivência do negócio no mercado e de como enfrentar a concorrência no ramo.

### **1.2.3 Relevâncias técnicas e/ou científicas.**

Demonstrar as vantagens de uma estratégia de desenvolvimento econômico que priorize a promoção de pequenos empreendedores do ramo de fabricação de picolés em Ananindeua/PA. As técnicas utilizadas no desenvolvimento do plano foram baseadas em conceitos e cálculos oriundos de profundo referencial bibliográfico, bem como cálculos executados em planilha eletrônica que demonstram, de maneira lógica e encadeada, um direcionador no processo de tomada de decisões do empreendedor do ramo de picolés.

### **1.2.4 A delimitação do estudo**

O estudo será desenvolvido no Município de Belém do Pará, visando uma análise na área administrativa e financeira de uma fábrica de picolés, a fim de verificar a viabilidade econômica e financeira sob a ótica do Plano de Negócios.

### **1.2.5 A organização do estudo**

Este estudo constará de:

- a) Capa;
- b) Folha de Rosto;
- c) Termo de Aprovação;
- d) Agradecimentos;
- e) Resumo;
- f) Sumário;
- g) Conteúdo textual: Introdução, Planejamento e Procedimentos Metodológicos do Estudo; Fundamentação Teórica; Conclusão do estudo.
- h) Anexos,
- i) Bibliografia.

### **1.3 PÚBLICO ALVO**

As pessoas interessadas em empreender, bem como os discentes que queiram dar prosseguimento em estudos voltados para a atividade de fabricar picolés, ou mesmo aqueles empresários que já atuam nesse ramo de atividade e que desejam melhorar o desempenho de seu empreendimento.

### **1.4 JUTIFICATIVA**

A falta de planejamento é um dos principais problemas existente em nosso País, prova disso é que em pleno mês de abril/06 o governo federal ainda não obteve aprovação do orçamento para o exercício.

A elaboração de um plano de negócios é uma empreitada que requer estudo e uma visão de futuro, pois tanto o empreendedor quanto o profissional responsável pelas finanças da empresa têm de estar preparados para os percalços que surgirão. Se o plano estiver bem alicerçado em bases concretas, será muito mais fácil enfrentar os riscos que possam surgir.

Desse modo, num país onde as empresas que nascem, em sua grande maioria, têm vida curta por falta de planejamento adequado, é imprescindível que haja elementos que garantam uma continuidade permanente, onde os processos de eficiência e eficácia operacional sejam mantidos.

Em vista disso o empreendimento em questão também não está imune às turbulências do mercado, mas se amparado no correto planejamento será mais fácil enfrentá-las de modo a assegurar um pleno processo de continuidade.

## **1.5 METODOLOGIA DO ESTUDO**

O estudo será realizado através de pesquisas bibliográficas, orientação docente do professor orientador e pesquisa de campo.

A revisão literária será feita nos acervos da Universidade Federal do Pará e em outras instituições de ensino superior da cidade de Belém, biblioteca do SEBRAE, bem como na internet.

O estudo, também, será desenvolvido através de pesquisa de campo, que será realizada junto a outras sorveterias instaladas e em funcionamento na cidade, tendo como base de pesquisa o perfil dessas sorveterias.

## 1.6 BIBLIOGRAFIA

DIAS, Atonia Maria Batista de Souza. Estudo da Viabilidade Econômica. Belém (PA), 2003. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis)- Universidade Federal do Para, Belém(PA), 2003

**Estratégia: planeje para começar com sucesso- o que é preciso saber antes de começar um empreendimento.** Disponível em: [www.sebraesp.com.br](http://www.sebraesp.com.br)

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SECURATO, José Roberto. **Decisões financeiras em condições de risco.** 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.

**Trabalho de Conclusão de Curso.** Disponível em: <http://www.berbel.pro.br/trabalho>.

**Quais os passos para a elaboração de um plano de negócios?** Disponível em: <http://www.ief.com.br/artigo.htm>

## CAPÍTULO II

### 2.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Philip KOTLER<sup>1</sup> propõe o seguinte conceito: “O Planejamento Estratégico é uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela Organização, visando maior grau de interação com o ambiente”.

Num ambiente de rápidas mudanças que ocorrem no mercado, as empresas têm de se adaptar a essa realidade. A concorrência é de fundamental importância do ponto de vista estratégico para o empreendedor, pois outras empresas constantemente surgem no mercado e obrigam a reformulação de conceitos e valores que objetivam a sobrevivência da empresa e de um constante aperfeiçoamento em sua estrutura funcional e operacional. Essas mudanças ocorrem numa celeridade tal que o empreendedor tem de estar constantemente antenado com as inovações tecnológicas inerentes ao seu ramo de atividade.

Desse modo, não há outra alternativa senão a empresa crescer e se adaptar às inovações e conjunturas políticas, sociais e econômicas. Dentro desse ponto de vista o planejamento estratégico vem ao encontro do processo de alavancagem da empresa dentro do mercado.

Algumas variáveis podem interferir no processo de crescimento empresarial, tais como: reduzido crescimento econômico do país, inflação, o processo de globalização, escassez de recursos, regulamentação governamental, altas taxas de juros, etc. Todas essas variáveis são um fator de alerta para administradores, empresários e empreendedores, além, claro de contadores.

Muitas empresas realizam um planejamento estratégico de longo prazo. No clima atual de profundas mudanças ambientais e tecnológicas e um quadro de globalização, essas perspectivas tiveram de ser revistas, uma vez que as mudanças futuras estão cercadas de instabilidade e rápidas mudanças estruturais na economia globalizada.

---

<sup>1</sup> KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo : Atlas, 1975.

Os gestores das empresas, além de realizar um bom planejamento, têm de elaborar políticas projetacionais, visando se antecipar às oscilações e ambigüidades que porventura possam surgir no horizonte econômico e financeiro. Assim os gestores têm de assumir posturas estratégicas diante de uma incerteza dos fatos futuros.

## **2.2 OBJETIVO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

O objetivo do planejamento estratégico visa a uma política de suporte às atividades desenvolvidas em um empreendimento. É através do planejamento que os responsáveis pela gestão empresarial irão formular as delimitações estratégicas para enfrentar as oscilações ambientais.

A empresa, sendo vista como um ente, é passiva de mudanças em seus valores organizacionais. É partindo desse pressuposto que seus dirigentes têm de estar atentos a um planejamento estratégico visando se adaptar à contínua mudança no ambiente econômico, laborial, financeiro, etc.

É imperativo para a empresa estar sempre realizando projeções futuras, baseados em planejamento e estratégias adequados. Assim, uma opção é de um constante processo de reciclagem em seus meios produtivos, capacidade e treinamento dos empregados, redução de custos, etc.

## **2.3 PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO**

### **2.3.1 Quando tomar uma decisão**

Uma das características de um empreendedor é sua habilidade para tomar decisões. Muitas vezes ele tem de tomar decisões rápidas, uma vez que a indecisão pode custar caro ao próprio negócio. Nesse processo de tomada de decisão é essencial o conhecimento do que se está pretendendo, pois muitas vezes tomar decisões erradas ou equivocadas pode custar prejuízos materiais ou financeiros para a empresa.

O controle gerencial é fator relevante dentro do processo de tomada de decisões, pois os gestores das empresas tem de estar atrelados aos dados contábeis. Toda tomada de decisão deve levar em conta os custos diretos e/ou indiretos para o desenvolvimento das atividades da empresa.

Os gestores da empresa têm que saber até que ponto os erros e acertos do passado interferirão no presente e de como este presente poderá influir nas decisões futuras.

Em suma, uma decisão pode ser tomada a partir do momento em que os gestores da empresa estejam seguros de que os recursos serão obtidos e usados efetiva e eficientemente, na consecução dos objetivos da organização.

## **2.4 PREVISÃO**

### **2.4.1 Conceito**

O gestor responsável por um empreendimento tem de estar continuamente atento ao fato de que o mercado evolui e se transforma propiciando novas oportunidades de negócios. Assim, baseado em informações gerenciais oriundas do setor contábil e financeiro, o gestor pode tomar medidas que possam prever incertezas e eventuais decisões que poderão afetar a operacionalização da empresa.

## **2.5 COMO TOMAR UMA DECISÃO**

Muitas vezes uma decisão errônea pode custar caro do ponto de vista financeiro para a empresa. Para que esse fato possa ser devidamente controlado é preciso estar constantemente atualizado sobre os processos internos e externos que envolvem a operacionalização do empreendimento. Algumas variáveis têm de serem levadas em conta quando do processo decisório, tais como:



a) Experiência: que é adquirida através de um conjunto de situações que levam a um contínuo aperfeiçoamento;

b) Julgamento: que muitas vezes leva os dirigentes a tomarem medidas que são corretas ou incorretas, dependendo do ponto de visto enfocado; e

c) Ambiente: que analisado corretamente faz com que os dirigentes tomem as medidas acertadas.

Portanto, o processo de decisão envolve esses três elementos, os quais, se não considerados, provavelmente tornará a decisão muito mais complexa.

O imprevisto e o empirismo não têm mais lugar nos dias de hoje. Por menor que seja o negócio, as funções gerenciais básicas de planejamento, organização e controle precisarão ser exercidas. É uma situação bem diferente daquela enfrentada pelos empreendedores pioneiros, quando a simples iniciativa de abrir um negócio já lhes garantia clientes e lucros.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1 PLANO DE NEGÓCIO**

#### **3.1.1 Conceito**

O termo plano de negócios ou plano empresarial é oriundo da língua inglesa: *bussines plan*.

É um instrumento que visa estruturar as principais concepções e alternativas para uma análise correta de viabilidade do negócio pretendido, proporcionando uma avaliação antes de colocar em prática a nova idéia, reduzindo assim, as possibilidades de se desperdiçarem recursos e esforços em um negócio inviável.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Plano de Negócio é um documento escrito que tem o objetivo de estruturar as principais idéias e opções que o empreendedor analisará para decidir quanto à viabilidade da empresa a ser criada; é o documento básico do planejamento do negócio no processo empreendedor, pois nele constará a estratégia de desenvolvimento da empresa, modelo de gestão, pontos fortes e fracos. É a primeira incursão ao planejamento estratégico.

Plano de negócios é o projeto de sua empresa. O objetivo é estruturar as principais idéias e opções que o empreendedor deve avaliar para decidir quanto à viabilidade da empresa ou do novo negócio a ser criado. Um plano de negócio pode ser entendido como um conjunto de respostas que definem produtos e serviços que serão oferecidos, como: a escolha do local ideal para o negócio, o formato mais adequado, o modelo de operação que viabilize a disponibilização dos produtos, o conhecimento, as habilidades e atitudes que os responsáveis deverão possuir e desenvolver.

### 3.1.2 Por que Planejar?

Muitas vezes, na expectativa de alcançar a independência financeira, pessoas são levadas a investir em seu próprio negócio. No entanto nem todos conseguem alcançar o sucesso desejado.

O objetivo de um planejamento é ter respaldo para que não ocorram interferências de fatores que possam ocasionar turbulências no processo de continuidade da empresa.

O planejamento envolve pesquisa prévia o mercado, possibilidade de lucro, possível clientela, um bom sistema de propaganda e marketing, pontos fortes e fracos no empreendimento e meios de correções prévias.

O empreendedor deve fazer uma pesquisa em outros estabelecimentos que atuem no mercado, procurar órgãos de apoio às empresas, pesquisar fornecedores, facilidade de acesso aos produtos, diversificação de produtos e serviços, pesquisa de preço, implantar um sistema de qualificação dos produtos oferecidos, pesquisar a classe social e a potencialidade da clientela. Enfim todos esses fatores podem influenciar de forma direta ou indireta no sucesso do empreendimento. Além de que o empreendedor deve buscar informações e ter um conhecimento prévio do ramo de atividade que irá se propor a executar, aliado a isso ter ajuda de profissionais qualificados e competentes na hora da elaboração do plano.

Os fatores mais importantes para a escolha do local adequado para exploração do negócio (abertura de sua empresa) são:

- localização
- lei de zoneamento
- movimento de pessoas
- energia elétrica
- telefonia
- enchentes
- estacionamento
- acesso

- transporte público
- as condições do imóvel
- possibilidade de adaptação do imóvel etc.

## **3.2 O Empreendimento**

### **3.2.1 Dados da empresa**

A Razão Social da empresa será **Bastos e Dutra Comércio de Picolés Ltda**, e seu nome fantasia de **Picolés Kero-Kero**. Sua localização será na no Bairro do Icuí, sito à Avenida Sibéria , S/Nº, próximo de uma Praça e de uma escola de ensino infantil e médio. A data marcada pelos sócios para o início das atividades está prevista para o dia 01 de Maio de 2006 às 08 horas da manhã.

### **3.2.2 Dados dos dirigentes**

A empresa terá como dirigentes o Sr. Edivaldo Pastana Bastos, Brasileiro, casado, portador da Cl. nº 1397707, e CPF. nº 148.868.772-04, residente e domiciliado na cidade de Belém do Pará, sito à Travessa Alferes Costa nº 976, bairro da Pedreira, e o Sr. Erasmo Dutra do Carmo, Brasileiro, solteiro, portador do CPF nº 257.855.082-48, residente e domiciliado na Rua Oliveira Belo nº 222 , Bairro do Umarizal, ambos os sócios livres e desimpedidos de exercer quaisquer funções no território brasileiro.

O Capital Social da Fábrica é de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), dividido da seguinte forma e totalmente integralizado:

Edivaldo Pastana Bastos	R\$ 30.000,00
Erasmo Dutra do Carmo	R\$ 30.000,00

### **3.2.3 Definição do negócio**

A Picolés Kero-Kero é comercializa picolés nos sabores regionais bacuri, graviola, açaí, manga, taperabá, uxi e cupuaçu, estando em fase de expansão de sua produção.

Segundo pesquisas mercadológicas no bairro, há uma grande demanda reprimida pelo consumo de sorvetes, especialmente os sabores regionais, o que é o forte da Picolés Kero-Kero, pois na região não há registro de outras sorveterias atuando. Portanto, a possibilidade de crescimento é bastante promissora.

Segundo projeções do mercado, as regiões adjacentes ao bairro não contam com este tipo de serviço, portanto a previsão é de que outros consumidores, que não os do bairro, sejam atraídos pela implementação de um sistema de propaganda e marketing.

### **3.2.4 Documentação necessária**

Segue abaixo os documentos, tanto da empresa como do(s) proprietário(s), que devem ser providenciados e serem apresentados nos órgãos competentes a fim de concretizar a constituição da empresa:

- Fotocópia do IPTU do imóvel;
- Registro na Prefeitura Municipal;
- Vistoria nos Equipamentos;
- Vistoria Sanitária.
- Contrato de locação registrado no Registro de Títulos e Documentos (se o imóvel for alugado);
- Fotocópia autenticada do RG dos Sócios;
- Fotocópia autenticada do CPF/MF dos Sócios;
- Contrato Social (se for sociedade);
- Fotocópia autenticada do comprovante de endereço dos Sócios;
- Comprovante de entrega das 5 (cinco) últimas Declarações do IRPF, dos Sócios;
- Declaração de desimpedimento para o exercício de administração de sociedade empresária
- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda (Agência da Receita Estadual)

### **3.2.5 Fontes de Receita**

A principal fonte de receita da Picolés Kero-Kero será a comercialização de picolés de sabores regionais, oferecidos à clientela do bairro por um preço, inicialmente abaixo do praticado no mercado, como forma de atração da clientela local.

### **3.2.6 Necessidades do mercado a ser atendido**

Diante da inexistência de outras sorveterias, houve um estudo das necessidades e possibilidades de implantar este tipo de comércio, tendo em vista que o local escolhido é bem localizado e estratégico do ponto de vista comercial, uma vez que há uma clientela com poder de compra e potencial para aquisição dos produtos comercializados pela Picolés Kero-Kero. Na escolha do local, houve um estudo prévio dos clientes em potencial, que são alunos e freqüentadores da praça local.

Também se constatou que muitos clientes querem serviços diferenciados e, partindo desse princípio, a empresa optou por fornecer entrega domiciliar sem quaisquer ônus financeiro aos seus clientes.

### **3.2.7 Perfil do mercado**

O mercado de sorvetes sempre foi um grande atrativo, pois nosso clima favorece a comercialização desse tipo de produto, uma vez que as pessoas tomam sorvetes, seja como fonte de alimento ou mesmo para refrescarem-se no calor equatorial da cidade de Belém. Partindo desse ponto de vista é de se antever que o mercado local tende a interagir de forma satisfatória com o empreendimento.

Os sabores das frutas escolhidas foram propositalmente escolhidos pela grande aceitação pela clientela, bem como os produtos por serem de origem regional têm custos menores para o empreendimento.

### 3.2.8 Análise estratégica

Análise SWOT do empreendimento:

Análise Interna	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Mão-de-obra qualificada;</li><li>◆ Baixo custo de aquisição de insumos;</li><li>◆ Alto consumo e aceitação dos produtos;</li><li>◆ Qualidade dos produtos oferecidos;</li><li>◆ Alto índice de higiene;</li><li>◆ Serviço de entrega sem ônus para os clientes;</li><li>◆ Preço de venda abaixo do mercado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ O estabelecimento é pequeno;</li><li>◆ Atividade em desenvolvimento;</li><li>◆ Pouca diversificação dos produtos;</li><li>◆ Baixo número de funcionários.</li></ul>
Análise Externa	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Possibilidade de crescimento da demanda;</li><li>◆ Grande aceitação dos produtos;</li><li>◆ Divulgação dos produtos;</li><li>◆ Carência de sorveterias no Bairro.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Possibilidade de surgimento de novas sorveterias;</li><li>◆ Exigência dos clientes por produtos de qualidade;</li><li>◆ Má distribuição de renda;</li><li>◆ concorrência de sorvetes industrializados.</li></ul>



### **3.2.9 Resumo executivo**

O plano de negócios desenvolvido objetiva ser uma ferramenta de apoio a futuros empreendedores que queiram se inserir nesse ramo de comércio e tendo como principal preceito auxiliar o empreendedor na toma de decisões e ser um referencial teórico de análise e consulta.

A Picolés Kero-Kero está em fase de planejamento e pretende atuar no mercado de sorvetes oferecendo produtos de fácil aceitação a preço competitivos.

O principal nicho de mercado que primeiramente visualizou-se foram estudantes e freqüentadores locais do bairro, nada impedindo que outros consumidores sejam atraídos para a empresa.

Primeiramente, a empresa oferecerá produtos em número limitado, sendo que, à medida que o mercado corresponder, a empresa partirá para uma política de expansão de suas atividades e produtos. A projeção do mercado consumidor indica que a empresa tem potencial para atender e oferecer outros tipos de produtos diversificados, tais lanches variados, uma vez que também na região as lanchonetes atuam sem política de propaganda e marketing. Dessa forma, a filosofia da empresa é de oferecer produtos de qualidade a preços convidativos, como forma de manter um nome no mercado, atuando de forma ética em respeito aos seus futuros clientes.

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1 Marketing**

#### **4.1.1 Produto**

Por ser produzido em um ambiente que atende os mais rígidos conceitos de higiene e por ser manipulado por profissionais qualificados, os produtos que a Picolés Kero-kero irá comercializar apresentarão qualidades que, com certeza, irão atender de forma satisfatória as expectativas de seus clientes.

Os sorvetes comercializados atenderão a um padrão de qualidade de forma que os potenciais clientes sejam atendidos com respeito. A manipulação dos produtos seguirá normas de higiene adequadas e serão expostos à frente do consumidor em locais e recipientes com temperaturas constantes.

#### **4.1.2 Preço**

A política da Picolés Kero-Kero é de dar continuidade aos seus preços abaixo do mercado oferecendo produtos de qualidade. Como forma de baratear o produto, é imprescindível o controle dos custos envolvidos, sendo que a empresa procurará comprar matéria-prima com preços reduzidos.

#### **4.1.3 Mercado**

O mercado local em que a Picolés kero-Kero pretende atuar mantém uma alta rotatividade de clientes, uma vez que a sua localização estratégica favorece a comercialização de seus produtos.

#### **4.1.4 Propaganda**

A empresa utilizará meios variados de implementar sua propaganda e aumentar sua clientela. Durante determinados meses oferecerá promoções, com prêmios e descontos aos clientes. Confeccionará folders e cartazes onde mostrará seus produtos a outros clientes. A principal propaganda da empresa continuará ser o atendimento e qualidade dos produtos oferecidos.

## **CAPÍTULO V**

### **5.1 Informações referenciais da Picolés Kero-kero**

#### **5.1.1 Pontos importantes**

É importante ressaltar que o ramo de picolés requer cuidados constantes com os produtos, uma vez que a clientela é muito diversificada e muitas vezes exigente no que se refere ao padrão de qualidade do que consome. Desta forma, a empresa manterá sua política de oferecer qualidade como forma de manter cativos seus clientes.

#### **5.1.2 Manipulação**

O ato de manipular alimentos requer constante cuidado e funcionários treinados e em perfeito estado de saúde, ou seja, o manipulador não poderá apresentar ferimentos nas mãos e nem estar doente. Dessa forma o manipulador é obrigado a passar, a cada seis meses, por exames médicos para avaliar seu estado de saúde. Além dessas exigências o manipulador não poderá:

- a) Fumar, para que se evite os riscos de contaminação provocada por restos de cigarros e fumaça;
- b) manter o local de trabalho sempre limpo, evitando poeiras, insetos e conseqüentemente bactérias, que podem contaminar os produtos;
- c) Ter cuidado para que animais não circulem no estabelecimento, de modo a impedir a contaminação dos processos;
- d) Não comercializar alimentos durante as reformas do estabelecimento, pois as pessoas ou materiais utilizados podem contaminar os produtos;
- e) Os funcionários deverão usar roupas brancas apropriadas com avental e luvas para manipulação dos produtos;
- f) Deverão ser utilizados equipamentos e utensílios sempre novos e em perfeito estado de funcionamento;
- g) Os materiais e equipamentos utilizados na Picolés kero-Kero deverão ser fervidos logo após o uso diário;

### **5.1.3 As instalações**

As paredes devem ser revestidas com azulejos de cor clara e bem rejuntadas, com altura até 2 (dois) metros de altura, no mínimo; o piso deve ser lajotado em cor branca, antiderrapante, resistente e impermeável; deve ter uma pia com água fria e quente, além das portas terem molas e as aberturas de ventilação devem ser protegidas com telas.

Os ralos devem ser do tipo abre / fecha e de preferência as quinas e junções das paredes devem ser arredondadas para facilitar a higienização.

Há também necessidade de manter cuidados básicos como modelo de higiene a ser seguido, bem como forma de prevenir a possibilidade de multas por parte de órgãos competentes. Desse modo, os procedimentos a serem seguidos são::

a) Não utilização de equipamentos que não se enquadrem no sistema de produção da empresa;

b) A limpeza do estabelecimento deverá seguir padrões rígidos de higiene, tal como não jogar água da limpeza para a via pública;

## **CAPÍTULO VI**

### **Análise do Plano Financeiro**

O plano Financeiro é uma das ferramentas que o futuro empreendedor deve ter em mãos de modo que sirva de referencial prático quando da análise de seu negócio.

É a partir dele que o empreendedor conhecerá todo o processo de viabilidade financeira de seu empreendimento.

#### **6.1 Balanço Patrimonial**

Balanço Patrimonial é a demonstração que apresenta todos os bens e direitos da empresa (Ativo), assim como obrigações (Passivo Exigível) em determinada data. A diferença entre ativo e passivo é chamada patrimônio líquido e representa o capital investido pelos proprietários da empresa, quer através de recursos trazidos de fora da empresa, quer gerados por esta em suas operações e retidos internamente.

No balanço, as contas serão classificadas segundo os elementos do patrimônio que registrem, e agrupadas de modo a facilitar o conhecimento e a análise da situação financeira da companhia.

No ativo, as contas serão dispostas em ordem decrescente de grau de liquidez dos elementos nelas registrados, nos seguintes grupos:

- a) ativo circulante;
- b) ativo realizável a longo prazo;
- c) ativo permanente, dividido em investimentos, ativo imobilizado e ativo diferido.

No passivo, as contas serão classificadas nos seguintes grupos:

- a) passivo circulante;
- b) passivo exigível a longo prazo;

c) resultados de exercícios futuros;

d) patrimônio líquido, dividido em capital social, reservas de capital, reservas de reavaliação, reservas de lucros e lucros ou prejuízos acumulados.

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
<b>Circulante</b>	<b>R\$ 19.008,00</b>	<b>Circulante</b>	
<i>Disponível</i>	R\$ 16.973,00		
Caixa	R\$ 14.318,05		
Bancos Conta Movimento	R\$ 619,95		
<i>Estoque</i>			
Matérias-primas e materiais diversos	R\$ 2.035,00		
<b>Permanente</b>	<b>R\$ 40.992,00</b>	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 60.000,00</b>
<i>Ativo Imobilizado</i>	R\$ 39.392,00		
Móveis e Utensílios	R\$ 6.742,00	Capital	R\$ 60.000,00
Programas de informatização	R\$ 600,00		
Máquinas e Equipamentos industriais	R\$ 26.900,00		
Computadores e Acessórios	R\$ 5.150,00		
(-) Depreciação Acumulada			
<i>Ativo Diferido</i>	R\$ 1.600,00		
Despesas de Organização	R\$ 1.600,00		
(-) Amortização Acumulada			
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>R\$ 60.000,00</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>R\$ 60.000,00</b>

De acordo como nosso Plano de Investimentos foi elaborado o Balanço. Os insumos necessários para confecção dos produtos foram adquiridos à vista.

## 6.2 Demonstração de Resultado de Exercício - DRE

Essa demonstração evidencia o resultado que a empresa obteve (lucro ou prejuízo) no desenvolvimento de suas atividades durante um determinado período, geralmente igual a um ano.

Segundo o artigo 187 da Lei nº 6.404/76, a DRE discriminará:

1. a receita bruta das vendas e serviços, as deduções das vendas, os abatimentos e os impostos;
2. a receita líquida das vendas e serviços, o custo das mercadorias e serviços vendidos e o lucro bruto;

3. as despesas com as vendas, as despesas financeiras, deduzidas das receitas, as despesas gerais e administrativas, e outras despesas operacionais;
4. o lucro ou prejuízo operacional, as receitas e despesas não-operacionais e o saldo da conta de Correção Monetária;
5. o resultado do exercício antes do imposto de renda e a provisão para o imposto;
6. as participações de debêntures, empregados, administradores e partes beneficiárias, e as contribuições para instituições ou fundos de assistência ou previdência de empregados;
7. o lucro ou prejuízo líquido do exercício e o seu montante — por ação do capital social.

<b>DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO</b>	
	<b>ANO 1</b>
<b>Receita Bruta</b>	<b>8.658,47</b>
(-) Deduções ICMS	(1.471,94)
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>7.186,53</b>
<b>Custos Operacionais</b>	
(-) Custos do Período Custos dos Produtos Vendidos	(3.247,67)
<b>Lucro Operacional Bruto</b>	<b>3.938,86</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	
(-) Despesas	(1.076,50)
<b>Lucro Operacional</b>	<b>2.862,36</b>
<b>(+/-) Rec./Desp. não Operacionais</b>	
Lucro antes do Imposto de Renda	2.862,36
(-) Imposto de Renda	(429,35)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>2.433,00</b>

Como se pode perceber, o lucro líquido no primeiro ano de atividade da empresa foi de R\$ 2.433,00, sendo projetado um lucro de 20% para os anos seguintes, sendo também aplicado o IGPM de 1,0% ao ano como forma de corrigir custo e despesas variáveis.



### 6.3 Demonstrações do Fluxo de caixa

A demonstração dos fluxos de caixa evidencia as modificações ocorridas nas disponibilidades da companhia, em um determinado exercício ou período, por meio da exposição dos fluxos de recebimentos e pagamentos.

Apesar do nome, além das modificações ocorridas no saldo da conta Caixa, a DFC deve expor as alterações sofridas pelas demais disponibilidades, inclusive a conta Bancos Conta Movimento e os investimentos de elevada liquidez.

FLUXO DE CAIXA PROJETADO PARA 5 anos				
IGPM / 2005				1%
Crescimento de 20% ao ano				20%
ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
103.901,58	124.681,90	149.618,28	179.541,93	215.450,32
27.012,00	27.338,85	27.669,65	28.004,45	28.343,30
41.273,40	41.772,81	42.278,26	42.789,83	43.307,58
68.285,40	69.111,65	69.947,90	70.794,27	71.650,88
35.616,18	55.570,24	79.670,37	108.747,66	143.799,43

Nota-se que a projeção de crescimento da empresa é de 20% ao ano, num total de 5 anos aplicando-se um índice IGPM de 1% ao ano.

### 6.4 Indicadores de Avaliação de Negócios

#### 6.4.1 Valor Presente Líquido – VPL

O valor presente líquido (VPL) é obtido subtraindo-se o investimento inicial do valor presente das entradas de caixa, descontadas a uma taxa igual ao custo de capital da empresa.

VPL = valor presente das entradas de caixa – investimento inicial

Utilizando-se o VPL, tanto as entradas como as saídas de caixa são traduzidas para valores monetários atuais. O investimento inicial está automaticamente expresso em termos monetários atuais. Se não for esse o caso, o VPL de um projeto deverá ser obtido subtraindo-se o valor presente das saídas do valor presente das entradas de caixa.

Se o VPL for maior que zero, se aceita o projeto, se o VPL for menor que zero, rejeita-se o projeto. Se o VPL for maior que zero a empresa obterá um retorno maior do que seu custo de capital. Com isto, estaria aumentando o valor de mercado da empresa, e, conseqüentemente, a riqueza dos seus proprietários.

VALOR DO PRODUTO LÍQUIDO							
Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	60.000,00			-60.000,00			
1		103.901,58	68.285,40	35.616,18	59%	1,68	606
2		124.681,90	69.111,65	55.570,24	93%	1,08	389
3		149.618,28	69.947,90	79.670,37	133%	0,75	271
4		179.541,93	70.794,27	108.747,66	181%	0,55	199
5		215.450,32	71.650,88	143.799,43	240%	0,42	150

VPL = R\$ 137.174,83

#### 6.4.2 Taxa Interna de Retorno – TIR

Como uma ferramenta de decisão, a TIR é utilizada para avaliar investimentos alternativos. A alternativa de investimento com a TIR mais elevada é normalmente a preferida. Assim, se nenhuma das alternativas de investimento atingir a taxa de rendimento bancária ou a Taxa Mínima de Atratividade (TMA), este investimento não deve ser realizado.

TIR = 90%

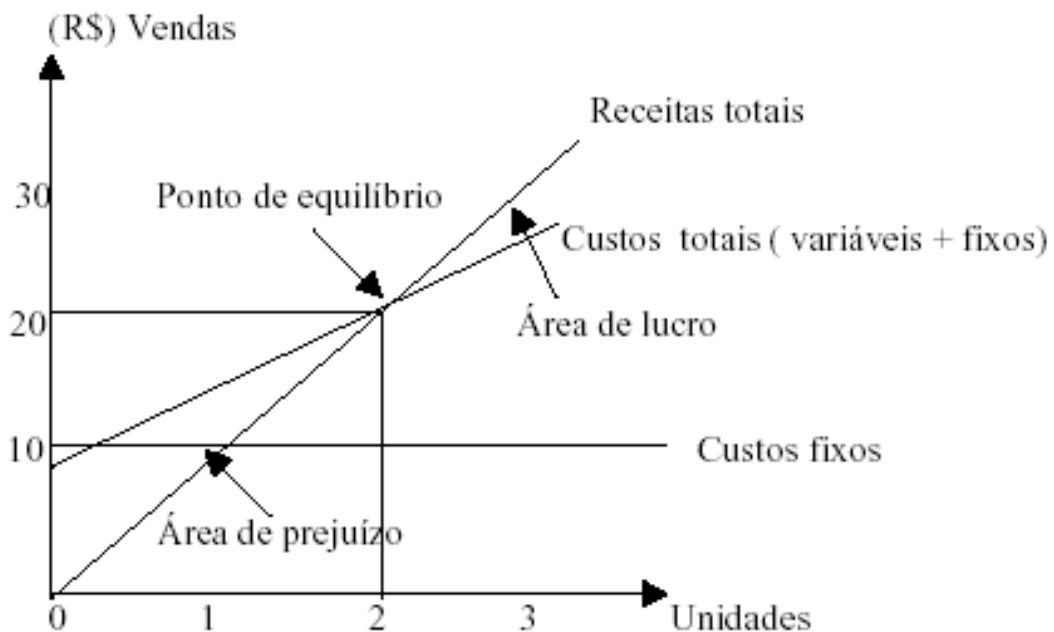
### 6.4.5 Ponto de Equilíbrio

Ponto de equilíbrio representa a quantidade de venda que precisa ser realizada mensalmente para gerar receitas suficientes para pagar todo o custo variável gerado, todas as despesas comerciais geradas e todas as despesas fixas que a empresa tiver no mês, isto é, um equilíbrio entre lucro e prejuízo. Não ter lucro acumulado no mês, mas também não ter prejuízo. Um volume de vendas inferior ao ponto de equilíbrio levará a empresa a ter prejuízo. Pois, no final do mês, não terá dinheiro suficiente para pagar as contas das despesas fixas.

Um volume de vendas superior ao ponto de equilíbrio permitirá acumular lucro. É este lucro que realmente importa, o lucro acumulado em um período, não somente o “lucro” proporcional de uma venda.

#### Análise gráfica do ponto de equilíbrio

Figura n ° 02: Análise gráfica do ponto de equilíbrio



PRODUTO	PONTO DE EQUILÍBRIO	PRODUTO	PONTO DE EQUILÍBRIO
MURUCI	182,34	GRAVIOLA	270,57
MANGA	224,74	UXI	180,13
BACURI	329,74	AÇAÍ	355,22
TAPEREBÁ	167,27	CUPUAÇU	362,15

Analisando todos os produtos que a empresa comercializará percebe-se que todos apresentam viabilidade econômica, uma vez que os pontos de equilíbrio indicam que não ocorrerão prejuízos na comercialização.

## **CAPÍTULO VII**

### **7.1 Conclusão**

A ciência contábil é bastante complexa quando se coloca em jogo cálculos que irão influenciará no destino de uma organização ou empreendimento. De acordo com as demonstrações apresentadas durante este trabalho de pesquisa, pode-se destacar a importância do profissional contábil estar bem preparado, tanto na teoria como na prática para exercer sua profissão. Os cálculos que deverão ser apresentados aos potenciais clientes deverão expressar de maneira clara e precisa todos os prós e contras de se empreender, dando subsídios ao futuro empreendedor para que seu negócio entre em ritmo constante de continuidade operacional.

Há de se destacar que planos mal elaborados podem desencadear processos de descontinuidade e o futuro fechamento do negócio. Dessa forma, o contabilista deve agir de maneira orientadora e direcionar se cliente para formas seguras de comportamento no mercado.

Como forma de aprendizado, o trabalho foi de grande valia, pois proporcionou um esboço do que poderá ser uma efetiva atuação dentro do mercado dos negócios. Sendo apenas um começo prático e teórico de como se deve atuar dentro da abordagem do plano de negócios.

## **CAPÍTULO VIII**

### **8.1 Bibliografia**

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Atlas, 1975.

**O planejamento estratégico dentro do conceito de administração estratégica.**

Disponível em: <http://scholar.google.com/scholar>

Planejamento Financeiro. Disponível em: [www.professorcezar.adm.br/Textos](http://www.professorcezar.adm.br/Textos)

Taxa de Retorno Interno. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki>

Técnicas de Avaliação. Disponível em: [www.estacio.br/graduacao/administracao/artigos](http://www.estacio.br/graduacao/administracao/artigos)

ANEXO I

**CRONOGRAMA DE ATIVIDADES**

FASE/ ATIVIDADES	MÊS / SEMANA																															
	Jan/Fev				Mar				Abr				Mai				Jun				Jul				Ago							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
ESCOLHA DO TEMA																																
FORMULAÇÃO DO PROBLEMA																																
LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO																																
SELEÇÃO DE MAT. BIBLIOGRÁFICO																																
LEITURA DE APROFUNDAMENTO																																
REDAÇÃO INICIAL																																
REDAÇÃO FINAL																																
ENTREGA DO TRABALHO																																