



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

**STANLEY JORDÃO BASTOS**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA DE UMA EMPRESA DO  
RAMO ALIMENTÍCIO**

**BELÉM  
2009**



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

**STANLEY JORDAO BASTOS**

**ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA DE UMA EMPRESA 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  
2009**

## ÍNDICE

RESUMO.....	4
INTRODUÇÃO.....	5
1-OBJETIVO DO ESTUDO.....	6
1.1. A importância do Estudo.....	6
1.2. O que os discentes se propõem a alcançar com o estudo.....	6
1.2. O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas.....	6
1.4. Delimitação do Estudo.....	6
1.5. A organização do Estudo.....	6
1.6. Público Alvo.....	7
1.7. Justificativa.....	7
1.8. Metodologia do Estudo.....	7
PLANO DE NEGÓCIO – BEL LANCHES.....	8
2-PROSPECTO ELUCIDATIVO.....	8
2.1 - Sumário para Decisão.....	8
2.2-Potencialidade da Empresa.....	8
2.3-Estratégias do Negócio.....	8
2.4-Recursos Necessários.....	9
2.5-Localização.....	9
2.6-Funcionamento.....	9
2.7- Fornecedores.....	10
2.8- Estoques.....	10
3-ANÁLISE DA EMPRESA.....	11
3.1 Dados Históricos.....	11
3.2 Produtos.....	11
3.3 Mercados.....	11
3.4 Posição Tecnológica.....	12
3.5 Análise de Custos.....	12
3.7 Pontos Fortes e Fracos da Empresa.....	12
4 -ANÁLISE DE PRODUÇÃO.....	14
4.1 Identificação e Definição da Produção.....	14
4.2 Tamanho da Produção e Índice de Crescimento.....	14
4.3 Sazonalidades.....	14
5-ANÁLISE DO MERCADO.....	15
5.1 Alcance e Distribuição do Mercado.....	15
5.2 Tática de Vendas.....	15
5.3 Promoção e Propaganda.....	15
5.4 Os Principais Competidores.....	15
6 – INDICADORES DE DESEMPENHO FINANCEIRO.....	16
7- PONTO DE EQUILÍBRIO.....	18
CONSIDERAÇÕES GERAIS.....	19
BIBLIOGRAFIA.....	20

## **RESUMO**

O trabalho apresentado sugere um plano de negócios voltado para a Bel Lanches, uma empresa 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

As empresa do mercado atual tem buscado cada vez mais a produtividade e a eficácia para aumentar a qualidade dos produtos e serviços frente à concorrência. Cada vez mais, economia exige reflexão sobre o negócio, o que implica estabelecer um empreendedorismo capaz de contribuir para o desenvolvimento do negócio. A maioria das pessoas que buscam independência, e dispõe de um capital iniciam seu empreendimento sem fazer um estudo detalhado a respeito do ramo no qual deseja atuar. E isso, é um dos principais motivos que levam ao insucesso desses empreendimentos.

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.

O plano de negócios apresentado aqui, está estruturado, basicamente, na análise de uma lanchonete pequena que tem como nome fantasia Bel 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.

Neste contexto, destacaremos a importância de planejar antes de adentrar no mercado. E o plano de negócio, agirá como um instrumento que visa estruturar as principais concepções e as necessidades estruturais, o mercado, seus custos, seus produtos entre outros ,a que está submetida. Considerando o estudo de sua viabilidade econômica financeira e a busca de alternativa em caso de inviabilidade.

## **1-OBJETIVO DO ESTUDO**

### ***1.1. A importância do Estudo***

Os estudos referentes ao empreendimento em todo mundo mostram o quanto é difícil transformar idéias em negócios. No entanto a falta de estratégia é a verdadeira razão para crise nas empresas. Tornando mais fácil culpar a nova economia do que refletir sobre o negócio.

O empreendedor precisa entender que uma boa idéia só poderá dar início a um negócio de sucesso se a mesma passar do estágio de idéia para oportunidade para se tornar um empreendedor em potencial.

### ***1.2. O que os discentes se propõem a alcançar com o estudo***

Provar os benefícios de um planejamento adequado para elevar a eficiência da gestão, a qualidade dos serviços e/ou produtos, grau de confiabilidade a conseqüente melhora da imagem da empresa.

### ***1.2. O que o estudo deverá alcançar em termos de contribuições técnicas***

Mostrar que o plano de negócios é uma ferramenta importantíssima para o empreendedor no levantamento de viabilidade econômica financeira de um empreendimento.

### ***1.4. Delimitação do Estudo***

O desenvolvimento do plano de negócios, visando viabilizar ferramentas contábeis como importantes fatores para o processo de estruturação empreendedora, relacionando a viabilidade econômica com a tomada de decisão.

### ***1.5. A organização do Estudo***

Este estudo constará de:

- a) Capa;
- b) Folha de Rosto;
- c) Sumário;
- d) Desenvolvimento;
- e) Bibliografia;

### **1.6. Público Alvo**

A comunidade acadêmica e os empresários em geral, que tenham interesse em criar ou melhorar o desempenho do seu negócio.

### **1.7. Justificativa**

Este trabalho tem como intuito auxiliar no desenvolvimento , efetivando seu próprio negócio diretamente ligado à produção de sanduíches naturais.

### **1.8. Metodologia do Estudo**

O estudo será desenvolvido através das aulas e orientações do docente de disciplina, pesquisa bibliográfica e exemplo elucidativo da elaboração de um Plano de Negócios para a abertura de um a micro-empresa. As pesquisas bibliográficas foram feitas em arquivo particular, biblioteca da Universidade Federal do Pará, SEBRAE e internet.

## **PLANO DE NEGÓCIO – BEL LANCHES**

### **2-PROSPECTO ELUCIDATIVO**

#### **2.1 - Sumário para Decisão**

Devido ao ritmo ou estilo de vida, muitas pessoas não conseguem fazer as refeições principais (almoço ou jantar) e acabam se alimentando fora do lar. Nessa alimentação uma das melhores escolhas são os lanches.

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

#### **2.3-Estratégias do Negócio**

O mercado de lanches é muito abrangente. Diante disso, o negócio visa atender vários clientes, que almejam produtos de qualidade. Neste contexto o empreendimento vê a oportunidade de atender também instituições. Sendo desenvolvido de forma simples, rápida e que evite erros e desperdícios

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 empreendimento. Os lanches rápidos, diários, representantes de boa qualidade e sabor são pontos chaves dentro do marketing que a empresa necessita para atrair clientes.

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.



## **2.4-Recursos Necessários**

Os recursos necessários para o investimento, abertura e funcionamento do negócio são muitos e necessitam de capital disponível para isso. A estrutura básica da empresa contará com uma área de 50m<sup>2</sup>, com investimento inicial de R\$ 28.415,00. O recurso vai para a construção de uma cozinha industrial e adaptação do imóvel às normas de vigilância sanitária. O gasto ficará por conta do grande número de equipamentos e outras mercadorias imprescindíveis para o trabalho.

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.

O Balanço de Abertura foi elaborado de acordo com a Lista de Necessidade, onde foi orçado a matéria prima, os veículos, móveis e utensílios, computadores e periféricos, máquinas e equipamentos e as despesas com legalização necessárias para estruturar inicialmente o empreendimento.

## **2.5-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 Bel Lanches situa-se na Cidade Nova VIII, estrada da Providencia, nº 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.

## **2.6-Funcionamento**

O estabelecimento funcionará das 08:00 às 20:00 de segunda à sexta feiras e aos finais de semana e feriados, das 08:00 às 22:00. 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.

### **2.7- 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 freqüência 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.

### **2.8- 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.

### **3-ANÁLISE DA EMPRESA**

#### **3.1 *Dados Históricos***

No mundo inteiro o ramo de fast food movimenta anualmente US\$ 414 bilhões segundo dados do Sebrae. No Brasil, ainda há uma fatia significativa do segmento a ser conquistado em várias regiões brasileiras.

#### **3.2 *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. Todos que fazem parte do quadro funcional da empresa deverão possuir boa apresentação pessoal e usar uniformes limpos, cabelos curtos e cobertos, unhas cortadas sem adornos nos dedos ou pulsos e outros cuidados que transmitam a imagem de asseio e higiene. Influenciando assim, na qualidade do produto.

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.

#### **3.3 *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.

A empresa pode fornecer seu produto a empresas, colégios, universidades, clubes e até academias de ginásticas. Há ainda o mercado de eventos, que pode ser bastante explorado.

### **3.4 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.

### **3.5 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. O empreendimento, precisa de um planejamento adequado antecipado dos custos do negócio para Ter uma visão ampliada da empresa. Por isso, que é muito importante avaliação dos custos fixos e variáveis do negócio, buscando reduzi-lo, sem comprometer a qualidade de seus produtos.

### **3.7 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;

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:

- Alguns comerciantes 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.

## **4 -ANÁLISE DE PRODUÇÃO**

### ***4.1 Identificação e Definição da Produção***

O estabelecimento Bel 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 no próprio estabelecimento e por terceiros, é o caso dos lanches que são comprados para revenda. Também produz sucos de frutas regionais e naturais, como o cupuaçu, acerola e goiaba.

### ***4.2 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.

### ***4.3 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 melhor é fazer estoque em larga escala dos produtos que sofrem a variação, evitando custos maiores, fora do ordenado ou a falta de um dos lanches tradicional.

## **5-ANÁLISE DO MERCADO**

### ***5.1 Alcance e Distribuição do Mercado***

A lanchonete Bel Lanches atenderá todas as classes sociais, já que oferece lanches a preços baixos, o ambiente é agradável e aconchegante para todos os freqüentadores 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.

### ***5.2 Tática de Vendas***

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

### ***5.3 Promoção e Propaganda***

Como o empreendimento é novo dentro do mercado, não trabalhará com propagandas, apenas se prevalece da propaganda verbal, do tipo informal e gratuito.

### ***5.4 Os Principais Competidores***

A Bel 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 destacará 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.

## 6 – INDICADORES DE DESEMPENHO FINANCEIRO

Para analisarmos o desempenho financeiro da empresa, foi calculado os indicadores da taxa de retorno ao ano, do valor presente líquido (VPL), do tempo de retorno do investimento (Playback) e a taxa interna de retorno. Como mostra o quadro abaixo.

Anos	Investimento	Entradas de Caixa	Saídas de Caixa	Fluxo de Caixa	Taxa de Retorno ao ano	Payback em anos	Dias
0	26.229,50			(26.229,50)			
1		89.470,41	70.359,60	19.110,81	73%	1,37	494,10
2		107.364,49	77.282,98	30.081,50	115%	0,87	313,90
3		128.837,39	84.887,63	43.949,76	168%	0,60	214,85
4		154.604,86	93.240,57	61.364,29	234%	0,43	153,88
5		185.525,84	102.415,45	83.110,39	317%	0,32	113,62

VPL	=	R\$ 53.957,43
-----	---	---------------

TIR	=	109%
-----	---	------

- Ao analisarmos a taxa de retorno ao ano, foi verificado que no primeiro ano, a empresa já terá um retorno de 73% do capital investido, o investimento total, terá retorno no segundo ano que se estende e cresce durante os 5 anos.
- O playback, corresponde apenas um pouco mais de um ano e três meses (1,37), que diminui a cada ano chegando no quinto ano a um pouco mais de três meses (0,32). Ou seja, em torno de três meses o investimento inicial é recuperado.
- O calculo do VPL, correspondeu a R\$ 53.957,43 nos cinco anos. Significando a atratividade econômica do investimento. Podendo o empreendimento ser realizado uma vez que a taxa efetiva de retorno é maior que a taxa mínima de atratividade fixada.



- A Taxa Interna de Retorno ( TIR), que é utilizada para igualar o valor presente líquido ao investimento inicial do negocio. Nesse empreendimento a TIR é de 109%, confirmando ainda mais a atratividade do negocio.

Diante destes pontos, percebemos a viabilidade econômica – financeira na venda de lanches, sendo este, de acordo com os indicadores de desempenho financeiro, suficiente para sustentara estrutura do negócio e obtendo uma boa margem de lucro.

Além dos índices de desempenho econômico é importante calcularmos o Ponto de Equilíbrio(PE), que é quando as receitas se igualam aos custos e despesas, não havendo lucro nem prejuízo.

## 7- 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.

### Coxinha de Frango

		FÓRMULA	CÁLCULO	
PE	=	<b>Custos + Despesas Fixas</b>	=	326,67
		<b>Margem de Contribuição</b>	=	0,71
			=	462,82

TESTE	
<i>Preço de Venda /Uni</i>	1,10
<i>Custos e Despesas Variáveis/ Uni</i>	0,40
<i>Custos e Despesas Fixas/Uni</i>	326,67
<i>Margem de Contribuição</i>	0,71
<i>PE em Uni</i>	462,82

### Suco de Cupuaçu

		FÓRMULA	CÁLCULO	
PE	=	<b>Custos + Despesas Fixas</b>	=	179,67
		<b>Margem de Contribuição</b>	=	0,36
			=	501,24

TESTE	
<i>Preço de Venda /Uni</i>	0,64
<i>Custos e Despesas Variáveis/ Uni</i>	0,24
<i>Custos e Despesas Fixas/Uni</i>	179,67
<i>Margem de Contribuição</i>	0,36
<i>PE em Uni</i>	501,24

- A coxinha de frango alcança o ponto de equilíbrio quando vende, aproximadamente, 462,82
- Já o suco de cupuaçu ponto de equilíbrio quando vende, aproximadamente, 501,24 copos de 200 ml.

Portanto a empresa só conseguirá cumprir com seus custos e despesas totais, para os produtos demonstrados acima, sem prejuízos, quando vender exatamente as quantidades expostas na formula do ponto de equilíbrio, a partir daí começará a obter lucro.

## **CONSIDERAÇÕES GERAIS**

Com a análise realizada da empresa BEL Lanches, percebe-se que a esta 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, 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.