

PLANO DE NEGÓCIOS PARA UMA EMPRESA VOLTADA A SERVIÇOS DE BAR E RESTAURANTE

Acadêmico: Rafael Reichert Alfaro¹

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Jaqueline de Fátima Cardoso²

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo construir um plano de negócios para uma empresa no setor de A&B voltada para serviços de bar e restaurante, na cidade de Jataí, Goiás - Brasil e que apresente um resultado viável. Realizou-se uma pesquisa qualitativa com abordagem descritiva, apresentando dados e informações através de pesquisas bibliográficas e documentais. O plano financeiro foi elaborado abordando três cenários distintos, realista, pessimista e otimista, considerando o horizonte de cinco anos e inflação de 3% ao ano. A viabilidade do negócio foi analisada tendo em vista investimento inicial, custos fixos e variáveis, DRE (Demonstração do Resultado do Exercício), projeção de vendas, *payback*, VPL (Valor Presente Líquido) e TIR (Taxa Interna de Retorno). Os resultados demonstraram que o retorno do investimento do negócio é de aproximadamente três anos e seis meses para o cenário realista e de um ano e sete meses para o cenário otimista.

Palavras-chave: empreendedorismo; gastronomia; bar; restaurante.

ABSTRACT

The present study aimed to build a business plan for a company in the A&B sector focused on bar and restaurant services, in the city of Jataí, Goiás - Brazil and that presents a viable result. A qualitative research with a descriptive approach was carried out, presenting data and information through bibliographic and documentary research. The financial plan was elaborate approaching three different scenarios, realistic, pessimistic and optimistic, considering a five-year horizon and an inflation rate of 3% a year. The viability of the business was analyzed through data such as initial investment, fixed and variable costs, Income Statement, sales projection, *payback*, NPV (Net Present Value) and IRR (Internal Rate of Return). The results show that the business's return on investment is approximately three years and six months for the realistic scenario and one year and seven months for the optimistic scenario.

Keywords: business plan; gastronomy; entrepreneurship; pub; restaurant.

1 INTRODUÇÃO

¹Graduando do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina. rafael@alfaro.com.br

²Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina jaque@ifsc.edu.br

A sociedade passa por rápidas e complexas alterações constantemente, tais como movimentos econômicos, sociais, culturais e políticos que influenciam a vida das pessoas trazendo, entre outras coisas, reflexos em seus hábitos de consumo. Segundo o Brasil Food Trends (2020), os consumidores estão valorizando a arte culinária e as experiências gastronômicas, tendenciando uma difusão de receitas e produtos étnicos e culturais, aumentando o interesse pela harmonização de alimentos e bebidas, explorando seus sabores, aromas e texturas. Essa valorização aumenta a socialização em torno do alimento, que ganha evidência como importante forma de entretenimento e lazer e reforçando-o como forte elo social entre as pessoas dentro e fora de casa (BRASIL FOOD TRENDS, 2020).

A proporção de recursos, em relação ao ganho total das famílias, destinados à alimentação fora do domicílio no país cresceu, passando de 31,1% do total destinado à alimentação de 2008/09 para 32,8% em 2017/18. Os dados são da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017/18, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2020). Dessa proporção de gastos com alimentação fora de casa, a maior fatia é a da região Centro-Oeste, registrando (38,0%). Nessa região, a despesa média mensal familiar com alimentação fora do domicílio foi de R\$277,68, 133,8% a mais que o gasto no Norte (R\$118,79), o menor do País.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), a busca de um novo empreendimento está incorporada ao processo de empreender. Segundo os autores, esse processo envolve mais do que a simples solução de problemas de posição administrativa, mas também questões como reconhecer, avaliar e desenvolver uma oportunidade. Ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa, fomentada por tendências e dados, como os citados nos parágrafos anteriores, por exemplo, encontram um indivíduo empreendedor.

Seguindo esse contexto, o objetivo deste trabalho é elaborar um plano de negócios, para avaliar a viabilidade da criação de um estabelecimento voltado para serviços de bar e restaurante na cidade de Jataí, Goiás, analisando sua possibilidade de sucesso.

Este trabalho conta na sua estrutura com um referencial teórico que contempla conteúdos sobre empreendedorismo e plano de negócios; os procedimentos metodológicos; a apresentação do plano de negócios; e por fim, a conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico deste trabalho serão apresentados conceitos relacionados ao empreendedorismo e plano de negócios.

2.1 Empreendedorismo

Segundo Dornelas (2014), a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e cria algo novo, ou seja, que possua ideias de iniciativa e inovação.

Nos tempos modernos falar sobre o empreendedor conecta-se diretamente com a economia, algo extremamente vinculado, dado que o empreendedor traz dinâmica para o setor econômico através de inovações, porém empreender não se restringe apenas a esta área. Dolabela (2006) diz que empreender não é somente um fenômeno econômico, mas também social, é uma manifestação da liberdade humana, o empreendedor não é somente aquele que abre uma empresa, ele está em todas as partes, um pesquisador, um artista, um empregado de uma empresa, políticos, e todos aqueles que buscam a mudança, inovando.

Apesar de ser algo presente no decorrer da história, o empreendedorismo tem se intensificado nas últimas décadas. De acordo com Dornelas (2014), houve mudança de cenário ao longo dos anos, antigamente os empregos em empresas eram muito convidativos, possuíam bons salários, status e crescimento profissional, alinhado com uma educação voltada ao propósito de formar profissionais que administram e não que criam. Com o avanço tecnológico, sofisticação nos meios de produção e serviços, proliferação da internet trazendo novas ideias e meios de se formalizar o conhecimento, o cenário agora é muito mais propício às ideias de se empreender (DORNELAS, 2014).

Segundo dados de pesquisas apresentadas pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em relação ao ano de 2018, 38% da população entre 18 e 64 anos têm ou estão envolvidos na criação de um negócio, uma crescente em relação aos anos de 2016 e 2017. Este estudo mostra que, apesar das dificuldades encontradas por empreendedores no cenário brasileiro, o empreendedorismo no Brasil exerce papel fundamental na economia.

Os brasileiros são vistos por muitos autores como potenciais empreendedores. De acordo com Baggio e Baggio (2014), o brasileiro é um empreendedor espontâneo, o que lhe falta são estímulos. Ainda citam os autores que autoconfiança, disciplina e a burocracia são obstáculos a serem contornados para o desenvolvimento do empreendedorismo e empreendedores no Brasil.

De acordo com os dados da pesquisa realizada pelo Sebrae (2016) sobre a sobrevivência das empresas no Brasil, a taxa de sobrevivência de uma empresa criada em 2012

e em um período de 2 anos no setor de restaurantes e similares, é de 75%, ou seja, um quarto dos empreendimentos neste setor fecham em um período de 2 anos e segundo a mesma pesquisa, os principais fatores determinantes do encerramento dos negócios estão associados principalmente ao preparo dos empreendedores, ao planejamento e à gestão do negócio.

Para o Sebrae (2020), um dos principais indicadores da chance de sucesso do negócio é o motivo para o início do empreendimento, seja por necessidade ou oportunidade. Quando um indivíduo dá origem a um negócio por necessidade as chances de fracasso são grandes, dado que, geralmente, são aqueles que não possuem experiência necessária da área de atuação pretendida, de conhecimento amplo do setor e/ou da gestão de um negócio e escolhem empreender porque a situação em que se encontra o levou a isso. Quando o propósito do indivíduo é empreender por oportunidade, indica que o mesmo identificou potenciais no mercado e demandas não atendidas, além de possuir experiência/conhecimento do setor, é consciente da necessidade de planejamento, da elaboração de um plano de negócios, do monitoramento e estudo sistemático serem peças fundamentais para o bom funcionamento do empreendimento, tendo estratégia e diferencial bem definidos.

No empreendimento na área gastronômica, com toda sua complexidade e inúmeros desafios que demandam soluções inovadoras, conhecer os tipos de operações em negócios de alimentação, analisando as vantagens e desvantagens, são fundamentais para o sucesso do negócio, diz Severo (2018).

Na visão de Santos (2006), a gastronomia é um campo de conhecimento amplo, que transcende à produção de comida, pois além de haver uma inclinação cultural, outros setores estão envolvidos no ato da alimentação, como a agricultura, a indústria alimentícia e de equipamentos, o sistema financeiro, a formação de mão de obra, eventos, entre outros, até o produto chegar ao consumidor.

Nesse contexto de planejamento no empreendedorismo, se faz necessário a utilização de ferramentas que auxiliem na idealização do empreendimento, como o plano de negócios.

2.2 Plano de negócios

O plano de negócios (PN) é uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou o que pretende ser uma empresa (DOLABELA, 2006). É a descrição da empresa, sua visão, e como pretende traçar o caminho tomado da forma mais segura e viável através de vários pontos de vista.

O PN, além de ser a principal ferramenta de diálogo e negociação com investidores, bancos, incubadoras, parceiros ou quaisquer outros leitores de interesse, é, para o

empreendedor, uma ferramenta de aprendizado que o permite se situar constantemente no ambiente de seu próprio negócio (DOLABELA, 2006).

Mas o principal usuário do plano de negócios é o próprio empreendedor, pois ele é uma ferramenta que o faz mergulhar profundamente na análise de seu negócio, diminuindo sua taxa de risco e subsidiando suas decisões, que podem até ser de não abrir uma empresa ou de não lançar um novo produto (DOLABELA, 2006).

Dornelas (2014) diz que o plano de negócios é uma ferramenta dinâmica, que deve ser atualizada constantemente, pois o ato de planejar é ativo e possui um processo cíclico, assim como o ambiente que também está propenso a mudanças.

De todo o modo, o plano de negócios é um instrumento no qual o empreendedor pode registrar suas ideias de forma organizada e coesa, demonstrando linguagem clara, que possa ser entendida por possíveis leitores, e acima de tudo, que transpareça a viabilidade e a probabilidade de sucesso do negócio. Para Dornelas (2014), o plano de negócios deve mostrar onde a empresa está e onde ela quer chegar, explicando o caminho tomado. Assim transformando o plano em um guia, que seja revisado periodicamente e que permita alterações visando vender a ideia ao leitor.

Não existe estrutura única para o plano de negócios, dado que cada setor no qual a empresa atua tem suas particularidades, seus objetivos e sua trajetória. Porém, o que deve ser encontrado em um PN são seções que consigam transmitir um entendimento do projeto como um todo, possuindo uma sequência lógica e explanando sobre descrição da empresa, produtos e serviços, mercado e competidores, marketing, análise estratégica, plano financeiro e conclusão sobre a viabilidade do negócio.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia se interessa pela validade do caminho escolhido para se chegar ao fim proposto pela pesquisa, indicando a escolha teórica realizada pelo pesquisador para abordar o objeto de estudo, além da descrição dos procedimentos (métodos e técnicas a serem utilizados na pesquisa (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Com o propósito de descobrir e interpretar os fatos que estão inseridos em uma determinada realidade, o presente trabalho utilizará, em relação a abordagem, a pesquisa qualitativa. Para Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Sobre pesquisa qualitativa Minayo (2001, p. 21) diz:

[...] ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Com relação ao objetivo do estudo, é de natureza descritiva, pois, segundo Triviños (1987), a pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade.

Os dados foram coletados por meio de documentos e publicações, tais como pesquisas e dados disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e Brasil Food Trends, sites de distribuidores de equipamentos e insumos, análise de concorrentes com consulta a sites e redes sociais das empresas.

Para a elaboração da análise financeira foram utilizadas planilhas eletrônicas geradas pelo Microsoft Office Excel. Para a planta do projeto foi utilizado o programa SweetHome 3D, e para o protótipo do cardápio a plataforma de design Canva. Ademais, os dados foram analisados qualitativamente.

4 APRESENTAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

4.1 Descrição da empresa

O Biduca será uma empresa que atuará como bar, restaurante, realizador e espaço de eventos, localizado na cidade de Jataí, Goiás. Terá uma postura original, justa e transparente, buscando deixar sempre claro ao consumidor o que é, de onde vem e como são feitos os produtos e serviços oferecidos para que dessa forma o mesmo entenda e se sinta confortável comprando-os. Oferecerá produtos artesanais, simples e de qualidade, proporcionando experiências ao cliente, através de novidades na realização de suas atividades, ao mesmo tempo que promove a gastronomia na região.

Com serviço de bar no período noturno, trabalhando com comidas para compartilhar, sanduíches, cervejas, chopes, drinks e música, de modo a proporcionar atmosfera confortável e acolhedora em ambiente informal, moderno e aconchegante. O propósito é praticar preços justos a fim de não se tornar um ambiente elitista e englobar maior quantidade de potenciais consumidores.

Durante os finais de semana o estabelecimento funcionará também no almoço, com opções de pratos *à la carte*, onde será ofertado um menu enxuto, com poucas opções, que variam semanalmente. Em datas especiais também serão realizados eventos diversos,

acrescentando experiências reconfortantes, promovendo a visibilidade do negócio, ampliando o número de clientes e a própria receita da empresa.

Tanto no período noturno quanto nos almoços de finais de semana, o cardápio será flexível, variando suas opções quando necessário conforme demanda, sazonalidade, qualidade de insumos e novidades. Essa diversidade se dará por meio do trabalho conjunto com pequenos produtores para buscar produtos sazonais, regionais e os mais frescos possíveis, além de motivar consumidores a buscarem novas experiências.

O terreno onde a empresa será implementada já conta com árvores frutíferas. Nesse sentido, pensando em questões ecológicas e o fornecimento de parte dos produtos orgânicos pela própria empresa, uma fração do terreno será aproveitada para a elaboração de uma horta orgânica com ervas e hortaliças que serão utilizadas na produção das preparações sempre que possível. Para reaproveitar os resíduos orgânicos do restaurante, será criado um sistema de compostagem.

De forma geral, a empresa Biduca visa contribuir em aspectos econômicos, ecológicos e sociais, mantendo-se em movimento e buscando melhorias diariamente, na tentativa de se tornar uma referência na cidade de Jataí.

4.1.1 Equipe gerencial

A equipe gerencial será composta pelos dois sócios. O primeiro, trabalhando como chefe de cozinha, ficará responsável por supervisionar e orientar o bom funcionamento da cozinha e seus funcionários, gerir o estoque e os gastos com insumos, criar o cardápio e fazer a manutenção do mesmo acompanhando sua demanda e projeção de venda e planejar mudanças e melhorias quando necessário. O segundo sócio atuará como gerente, administrando os funcionários do salão, cuidará da parte financeira do negócio, como fluxo de caixa, pagamentos e recebimentos. Ambos farão parte do processo de contratação de pessoas e tomarão decisões sobre o empreendimento em conjunto.

4.1.2 Estrutura legal

O regime tributário da empresa será o Simples Nacional, a alíquota de imposto sobre a receita de vendas prevista será de 9,5% e o valor a deduzir é de R\$13.860,00 O tipo da empresa será sociedade limitada (Ltda), a qual tem como característica ser composta por dois ou mais sócios, não sendo necessário que exerçam as mesmas atividades, sendo suas responsabilidades proporcionais ao capital investido, sem valor mínimo, mas todos respondem pelo total. Ainda,

as responsabilidades dos sócios são restritas à empresa e os bens pessoais são protegidos em caso de falência ou débitos. Cada sócio terá 50% das cotas.

4.1.3 Quadro de funcionários

A Figura 1 apresenta o organograma da empresa.

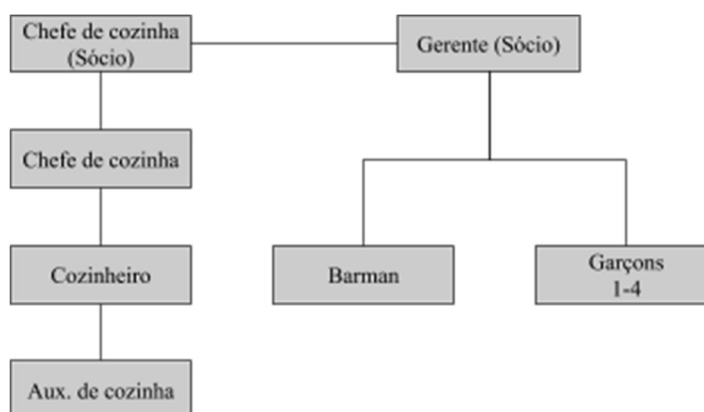


Figura 1 - Organograma

Fonte: Elaborado pelo autor

As funções relativas a cada cargo serão compostas pelas seguintes atividades:

- Chefes de cozinha: Líderes da equipe, planejam o cardápio, coordenam as atividades, controlam o estoque, fazem o serviço dos pratos e auxiliam na *mise-en-place* e na limpeza.
- Cozinheiro: Trabalha principalmente na pré-produção, auxilia no serviço, organiza a *mise-en-place*, comida de funcionários e limpeza.
- Auxiliar de cozinha: Atua majoritariamente na pré-produção e na limpeza, como louça. Auxilia quando possível no serviço.
- Gerente: Responsável por liderar a equipe do salão, coordena atividades, recepciona clientes, responsável pelo caixa, cuida do bom funcionamento do serviço e cuida de atividades financeiras como análise e planejamento de vendas, orçamentos e relatórios.
- Garçom 1/2: Principal responsável pela abertura e *mise-en-place* do salão, montagem e organização do mesmo, disposição de mesas, pratos, etc. Auxilia no serviço, atendimento e limpeza.
- Garçom 3/4: Principal responsável pelo serviço, atendimento de clientes, serviço de pratos e realiza a limpeza do salão durante o fechamento.
- Barman: Responsável por fazer a *mise-en-place* do bar, checar estoque do mesmo, fazer o preparo de bebidas e limpeza do bar.

Quadro de horários de cada função está demonstrado no Apêndice A.

4.1.4 Localização

A empresa será localizada em Jataí, Goiás, na Alameda Ministro Nei Braga, próximo a duas importantes avenidas com grande quantidade de comércios e empresas de A&B, além de ser uma área com recente expansão da construção civil na cidade.

Jataí é um município situado no sudoeste do Estado de Goiás, distando 327 quilômetros da capital, Goiânia. Segundo estimativas do IBGE (2019), conta com população de 100.882 habitantes. O Município possui diversas instituições de ensino superior como CESUT¹, FAJA², IFG³, UFJ⁴ entre outros, sendo considerado um importante polo universitário para o sudoeste goiano e assim atraindo grande público jovem. Cortada por importantes rodovias, como a Norte-Sul, Jataí possui ótima localização e rota logística em termos nacionais, além de ser um dos líderes do agronegócio brasileiro.

4.1.5 Infraestrutura

O terreno possui 1.120m² o qual será dividido entre estacionamento, área estrutural interna (cozinha, salão e banheiros), área estrutural externa e área livre, onde se encontra a horta.

Serão destinados ao estacionamento 380m², enquanto a área estrutural interna, composta por cozinha, estoque, salão, banheiros masculino, feminino e de funcionários, bar e caixa serão dispostos em 300m². A área estrutural externa, área aberta com mesas e a entrada ligada a calçada para clientes, possuirão 55m². Os 385m² restantes serão utilizados para a horta, composteira e árvores.

O estabelecimento terá capacidade total de 120 lugares, divididos em 30 mesas. O esboço da planta arquitetônica está demonstrado no Apêndice B.

4.1.6 Segurança

Inicialmente a empresa terá seguro de cobertura básica que cobre danos materiais causados à empresa por incêndio, explosão ou fumaça, mesmo se iniciarem fora do local segurado. Essa cobertura poderá amparar tanto a estrutura física quanto o mobiliário,

¹ Centro de Ensino Superior de Jataí

² Faculdade Jataiense

³ Instituto Federal de Goiás

⁴ Universidade Federal de Jataí

equipamentos e as mercadorias, por aproximadamente R\$750,00 de pagamento inicial e R\$110,00 para pagamento mensal.

4.1.7 Parcerias estratégicas

Por ser uma cidade agrícola, Jataí conta com diversas feiras e agricultores locais, cujos contatos serão de suma importância, possibilitando a aquisição de insumos diretamente dos fornecedores a preços mais atrativos. Essa parceria ainda contribui com a economia local, fomentando o trabalhador rural da região.

Além disso, parcerias com músicos, empreendimentos de cerâmica e artesanato para louças e decoração, e contatos que ajudem a promover projetos culturais, artísticos e sociais também serão importantes para o negócio.

4.2 Produtos e serviços

No período noturno, de quarta a sábado, com horário de funcionamento das 18:30h às 01h, sendo que às 23:30h se encerra os pedidos da cozinha, o cardápio contará com opções para compartilhar, como petiscos fritos e tábua de carnes, lanches e opções doces. Na parte das bebidas, a carta apresentará opções de cervejas, chopes, sucos e drinks alcoólicos. Haverá dias específicos para *couverts* artísticos.

O cardápio do período noturno estará sujeito a mudanças devido a qualidade dos insumos, a sazonalidade, a demanda ou por novidades.

Funcionará durante o almoço, nos finais de semana, das 11:00h às 15h, e as 14h encerram-se os pedidos da cozinha. O almoço terá um menu *à la carte* composto de 3 pratos salgados, e seus respectivos acompanhamentos, sendo um sempre vegetariano ou vegano, e sempre diferentes de uma semana para outra. As opções de sobremesa permanecem as mesmas do menu noturno.

No período noturno haverá o serviço de delivery através do uso de aplicativos como *iFood* e *Delivery Much*, podendo ainda abranger o almoço caso haja demanda.

No Quadro 1 são apresentados os itens do cardápio, juntamente com um possível menu de almoço do final de semana. Protótipo de design de cardápio está apresentado no Apêndice C.

Porções	Bebidas
Batata frita	Long neck Bohemia

Aipim Frito Espetinho de quiabo Asinha agridoce Disquinho de carne Torresmo Costelinha glaceada Costela de caranha Isca de peixe	Bohemia 600ml Chopp 300ml Caipirinha Mojito Gin tônica Suco de fruta Água
Sanduíches	Sobremesas
Hambúrguer Rosbife Frango frito Beringela	Torta de caramelo Tarte tartin
Almoço	
Costela e polenta Rondelli de queijo e espinafre Peixe do dia e salada	

Quadro 1 - Cardápio

Fonte: Elaborado pelo autor

4.2.1 Fornecedores potenciais

Além de pequenos produtores locais, estabelecimentos como Varejão de Carne e Merceria PIO XII, VilleFort Atacadista, Verdurão Center, para insumos como carnes, verduras e produtos não perecíveis. Para equipamentos de cozinha o estabelecimento Catral e Rio Verde Inox. Casarão Móveis, Ipê Móveis e Móveis Planalto para decorações e ainda, muitos produtos serão comprados com artesãos locais.

4.2.2 Produção e distribuição

Todos os móveis, equipamentos e utensílios necessários para a abertura de empresa constam no Tabela 1:

Quantidade	Equipamento	Preço Unidade	Preço Total	Quantidade	Equipamento	Preço Unidade	Preço Total
1	Chapa grill 100cm	R\$ 736,00	R\$ 736,00	100	Copos drinks	R\$ 4,40	R\$ 440,00
1	Refrigerador 4 portas	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	100	Copos cerveja	R\$ 4,40	R\$ 440,00
2	Freezer horizontal	R\$ 1.200,00	R\$ 2.400,00	100	Copo chope	R\$ 4,90	R\$ 490,00
2	Cervejeira vertical	R\$ 2.200,00	R\$ 4.400,00	8	Formas	R\$ 18,99	R\$ 151,92
1	Fritadeira 36L	R\$ 1.386,00	R\$ 1.386,00	180	Pratos	R\$ 19,90	R\$ 3.582,00
1	Coifa	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	160	Garfos	R\$ 2,00	R\$ 320,00
1	Bancada Inox	R\$ 666,00	R\$ 666,00	160	Facas	R\$ 2,00	R\$ 320,00
1	Conjunto de bancadas de pedra	R\$ 1.499,00	R\$ 1.499,00	4	Faca de cozinha	R\$ 110,00	R\$ 440,00
2	Cubas	R\$ 480,00	R\$ 960,00	160	Colher	R\$ 2,00	R\$ 320,00
1	Forno 4 bocas com fogão	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	1	Fouet	R\$ 16,00	R\$ 16,00
1	Purificador de água	R\$ 99,00	R\$ 99,00	3	Colher grande	R\$ 10,99	R\$ 32,97
2	Coqueteleiras	R\$ 34,50	R\$ 69,00	1	Escumadeira	R\$ 6,99	R\$ 6,99
2	Dosador	R\$ 14,99	R\$ 29,98	2	Concha	R\$ 7,99	R\$ 15,98
1	Micro-ondas	R\$ 180,00	R\$ 180,00	1	Comandeira	R\$ 65,00	R\$ 65,00
1	Liquidificador	R\$ 166,00	R\$ 166,00	15	Pote plástico	R\$ 7,99	R\$ 119,85
1	Computador	R\$ 1.260,00	R\$ 1.260,00	2	Conjunto de bowl	R\$ 68,00	R\$ 136,00
2	Estante de inox	R\$ 260,00	R\$ 520,00	30	Mesa	R\$ 140,00	R\$ 4.200,00
4	Tábua polietileno	R\$ 90,00	R\$ 360,00	120	Cadeira	R\$ 65,00	R\$ 7.800,00
2	Panela 20cm	R\$ 110,00	R\$ 220,00	1	Máquina cartão	R\$ 349,90	R\$ 349,90
3	Panela 24cm	R\$ 160,00	R\$ 480,00	1	Impressora de comanda	R\$ 235,00	R\$ 235,00
4	Bandeja serviço	R\$ 39,90	R\$ 159,60	1	Impressora fiscal	R\$ 1.176,00	R\$ 1.176,00
6	GN inox	R\$ 54,00	R\$ 324,00	1	Chopeira	R\$ 5.425,00	R\$ 5.425,00
2	Pegador	R\$ 8,84	R\$ 17,68	40	Tábua madeira	R\$ 26,00	R\$ 1.040,00
						TOTAL	R\$ 50.354,87

Tabela 1 - Equipamentos e Móveis

Fonte: Elaborado pelo autor

4.3 Mercado e competidores

4.3.1 Análise do setor

A indústria brasileira de alimentos e bebidas registrou um crescimento de 6,7% em faturamento no ano de 2019, em relação a 2018, atingindo 699,9 bilhões de reais. Somadas as exportações e vendas para o mercado interno, representa 9,6% do PIB, segundo pesquisa conjuntural da ABIA – Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (2020). Em 2018, o setor registrou 656 bilhões de reais. Para 2020, a previsão da entidade é de crescimento real de 2,5% a 3,5% nas vendas do setor. Ainda, uma pesquisa realizada pelo IBGE (2020) indica que a proporção de recursos em relação ao ganho total das famílias, gastos com alimentação fora do domicílio aumentou em 1,7% da pesquisa realizada em 2008/09 para a de 2017/18, constando que cerca de 1/3 das despesas familiares são destinadas a este setor. Os dados são da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF)

4.3.2 Público-alvo

O empreendimento busca atingir consumidores de faixas etárias diversas. Serão propostas de serviços distintas que atingirão públicos-alvo próprios. O serviço noturno de bar traz uma proposta de ambiente mais descontraído, informal, com porções, lanches e comidas

para se compartilhar, música e bebidas, buscando atingir principalmente o público jovem e universitário da cidade.

Aos finais de semana o serviço de almoço propõe um ambiente mais calmo e familiar sendo possível aproveitar melhor o espaço verde do terreno, com mesas ao ar livre, música ambiente e refeições mais longas.

A realização de eventos possibilita construir ambientes diversos uma vez que podem ser adequados para se encaixar a necessidades específicas. Dessa forma tal serviço será utilizado como uma ferramenta para atrair nichos diferentes de público.

4.3.3 Análise de concorrência

As empresas identificadas concorrentes, as quais oferecem produtos e serviços semelhantes são apresentadas no Quadro 2, a seguir: Alecrim Boteco Gastronômico, Kombis & Bebis, Uber Premium, New Uber Street, Boteco 83, Bangallo, Thunder Burger, Hum! Burger e Celeiros Bar. Como diferencial o Biduca oferece ambiente mais moderno e aconchegante, produtos de maior qualidade e mais bem apresentados mesmo que oferecendo preços abaixo dos concorrentes. Ainda com relação ao diferencial, o marketing será um ponto explorado, uma vez que os concorrentes em geral utilizam estratégias de marketing ultrapassadas e genéricas enquanto a empresa buscará ideias mais modernas e interativas.

Empresa	Produto/Serviço	Preço	Público-alvo	Diferencial Biduca
Alecrim Boteco Gastronômico	Pratos <i>à la carte</i> , porções, hambúrguer e drinks. Música ao vivo.	Médio	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram ambiente e comida de bar.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos e ambiente mais moderno e aconchegante. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
Kombis & Bebis	Chopes e drinks, sanduíches e porções.	Médio	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram ambiente e comida de bar com um conceito de rock.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos e ambiente mais moderno e aconchegante. Marketing mais estético e atrativo

Empresa	Produto/Serviço	Preço	Público-alvo	Diferencial Biduca
				além de maior interação com o cliente.
Uber Premium	Chopes e drinks, sanduíches e porções.	Médio a alto	Médio a alto poder aquisitivo, que procurem ambiente e comida de bar em ambiente mais refinado.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
New Uber Street	Chopes e drinks, sanduíches e porções.	Médio a alto	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram ambiente e comida de bar.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos e ambiente mais moderno e aconchegante. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
Boteco 83	Chopes e drinks, sanduíches e porções.	Médio a alto	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram ambiente e comida de bar em ambiente mais refinado.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
Bangallo	Chopes e drinks, sanduíches e porções.	Médio	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram ambiente e comida de bar.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos e ambiente mais moderno e aconchegante. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
Thunder Burger	Chopes, drinks e vinhos, hambúrguer, porções e pratos <i>à la carte</i> .	Médio a alto	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram por hambúrgueres,	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos. Marketing mais

Empresa	Produto/Serviço	Preço	Público-alvo	Diferencial Biduca
			porções e pratos diferenciados em ambiente mais refinado.	estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
Hum! Burguer	Uma franquia que oferece hambúrguer, porções e bebidas.	Médio a alto	Médio a alto poder aquisitivo, que procurem por hambúrgueres e porções em ambiente mais refinado.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
Rodeio Choperia	Pratos <i>à la carte</i> , porções, hambúrguer e drinks. Música ao vivo.	Médio a alto	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram por diversidade de pratos em um ambiente mais refinado e música ao vivo.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.
Celeiros Bar	Bebidas, sanduíches e porções.	Médio	Médio a alto poder aquisitivo, que procuram porções e sanduíches em ambiente de boteco.	Melhor qualidade de produtos, preços mais baixos. Marketing mais estético e atrativo além de maior interação com o cliente.

Quadro 2 - Análise da concorrência

Fonte: Elaborado pelo autor

4.4 Marketing

4.4.1 Produto e preço

O produto ofertado pela Biduca tem finalidade de propor experiências agradáveis, demonstrar como é possível associar alimentação de qualidade, com técnicas culinárias bem executadas e preço justo e acessível. Sozinho ou acompanhado, os consumidores podem encontrar no Biduca uma forma de lazer e boas lembranças.

O preço dos produtos será justo pelos diferenciais e qualidades oferecidas. O cardápio será pensado de forma que valorize o produto e o cliente pague pensando no valor do mesmo e não no preço. Os preços buscarão ser menores que a média dos concorrentes analisados.

Ainda podem ser promovidos eventos originais, organizados pela empresa e/ou alugar o espaço para eventos externos.

A seguir, no Tabela 2, os itens do cardápio serão apresentados com seus respectivos preços de venda e Custo de Mercadoria Vendida (CMV).

Descrição	Preço unitário	Custo Unidade	CMV
Batata Frita	R\$ 16,00	R\$ 2,39	15%
Aipim Frito	R\$ 16,00	R\$ 3,17	20%
Espetinho de quiabo	R\$ 14,00	R\$ 2,28	16%
Asinha de frango agri-doce	R\$ 29,00	R\$ 8,12	28%
Disquinho de carne	R\$ 30,00	R\$ 8,82	29%
Torresmo	R\$ 25,00	R\$ 7,35	29%
Costelinha glaceada	R\$ 41,00	R\$ 12,75	31%
Costela de caranha	R\$ 35,00	R\$ 13,77	39%
Isca de peixe	R\$ 32,00	R\$ 10,58	33%
Hambúrguer	R\$ 20,00	R\$ 5,77	29%
Sanduiche de rosbife	R\$ 23,00	R\$ 5,61	24%
Sanduiche de frango frito	R\$ 23,00	R\$ 4,58	20%
Sanduiche de beringela	R\$ 20,00	R\$ 5,95	30%
Torta de caramelo salgado	R\$ 15,00	R\$ 2,47	16%
Tarte tartin	R\$ 12,00	R\$ 1,51	13%
Costela e polenta	R\$ 24,00	R\$ 6,40	27%
Rondelli de queijo e espinafre	R\$ 22,00	R\$ 4,60	21%
Peixe do dia e salada	R\$ 22,00	R\$ 6,40	29%
Cerveja long neck	R\$ 8,00	R\$ 3,00	38%
Cerveja 600 ml	R\$ 14,00	R\$ 6,30	45%
Caipirinha	R\$ 9,90	R\$ 1,49	15%
Mojito	R\$ 9,90	R\$ 2,72	27%
Gin tônica	R\$ 8,00	R\$ 2,16	27%
Chopp 300 ml	R\$ 9,90	R\$ 2,88	29%
Suco de fruta	R\$ 4,70	R\$ 0,91	19%
		CMV médio	26%

Tabela 2 - Preço de venda e CMV

Fonte: Elaborado pelo autor

4.4.2 Canais de distribuição

O consumo no local será das 18:30h à 01h de quarta à sábado, e também das 11:00h às 15h aos finais de semana. Opções de *delivery* ocorrerão durante o período noturno das 18:30h às 01h de quarta a sábado. Eventos esporádicos, além da locação da estrutura e do serviço, podem ocorrer aos finais de semana mediante planejamento financeiro para garantir viabilidade.

4.4.3 Propaganda/comunicação

Haverá foco em divulgação e comunicação. As empresas listadas como concorrentes demonstram pouco investimento em divulgação, pouca interação com clientes e fotos em redes sociais pouco estéticas com baixa atratividade. A divulgação será feita por meio de redes sociais tais como Instagram e Facebook, sendo de responsabilidade do gerente a administração das redes sociais. Postagens devem ser feitas todos os dias de funcionamento, 5 dias por semana, no *feed* ou utilizando a ferramenta *stories*. Para publicidade nas redes sociais citadas, no mês inicial será investido R\$ 300,00 e nos meses consecutivos R\$ 80,00.

4.5 Análise estratégica

4.5.1 Análise SWOT

A matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* - Forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) é uma ferramenta usada para entender o ambiente no qual a futura empresa está inserida a fim de criar uma base de informações para se planejar, como demonstrado no Quadro 3.

A diversidade de serviços ofertados, juntamente com a dinâmica do cardápio, profissionalização da equipe e a localização do estabelecimento em local de crescimento da cidade são forças da empresa, somado a isso, a transparência para se criar boas relações com o cliente compõem fatores internos positivos. Ao mesmo tempo, lidar com essa variedade de serviços requer disciplina e organização.

Crescimento do setor e da cidade são considerados oportunidades para a abertura do negócio, enquanto concorrentes com propostas similares podem ser um ameaça.

Interno	Forças Equipe profissionalizada Variedade de serviços Cardápio enxuto Relação com o cliente Localização	Fraquezas Lidar com cardápios distintos e variáveis
Externo	Oportunidades Crescimento do setor Cidade em crescimento	Ameaças Estabelecimentos com propostas similares

Quadro 3 - Análise SWOT

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6 Plano Financeiro

A elaboração deste plano financeiro foi feita a partir da projeção de três cenários. O realista que visa lucro líquido de no mínimo 3,75% (taxa Selic de abril/2020) e máximo de 10% (taxa de atratividade mínima prevista para o negócio), o otimista, com lucro líquido maior que o cenário realista, tendo suas vendas superestimadas e o pessimista, com lucro líquido igual a zero, ou seja, que alcança o ponto de equilíbrio. Considerou-se horizonte de cinco anos para estimar os valores deste plano, sendo que a partir do segundo ano os valores foram corrigidos pela taxa de inflação prevista para 2020 de 3%.

Os aspectos financeiros da empresa serão apresentados em forma de planilhas elaboradas no Microsoft Office Excel.

4.6.1 Investimento inicial

Como investimento inicial para a abertura da empresa (Tabela 3), foram levantados e contabilizados o total de R\$ 154.338,18, dos quais R\$ 50.354,87 se referem ao investimento em equipamentos e móveis (Tabela 2) e R\$11.108,50 ao estoque inicial. Para o cálculo do valor da reserva para capital de giro foram considerados 20% sobre o capital a ser investido (subtotal).

Investimento inicial	
Descrição do investimento	Desembolso R\$
Investimento em instalações (imóvel, ponto comercial, reforma e pintura)	R\$ 60.951,78
Investimento em equipamentos, móveis e utensílios	R\$ 50.354,87
Investimento em veículo	R\$ -
Despesas com marketing	R\$ 300,00
Despesas pré-operacionais (contador, taxas, impostos)	R\$ 900,00
Reserva para gastos não previstos	R\$ 5.000,00
Estoques (matéria-prima inicial)	R\$ 10.284,98
Subtotal (capital a ser investido)	R\$ 127.791,63
Reserva para capital de giro (*)	R\$ 25.558,33
Total	R\$ 153.349,95

Tabela 3 - Investimento inicial

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6.2 Custos de mão de obra

Para o funcionamento inicial da empresa foram estimados 10 funcionários, conforme apresentado no Tabela 4. Do total de funcionários, 8 trabalharão com contratos de 42 horas semanais e 2 (Garçons 3 e 4) com contratos de 34 horas semanais. Duas horas foram reduzidas das horas semanais convencionais de cada funcionário (44 horas e 36 horas) devido às 10 horas de trabalho aos sábados, pois segundo a legislação, caso o horário diário exceda 8 horas, deve haver compensação. O cálculo do salário base foi feito levando em consideração o piso salarial

de cada função. A empresa é definida como Simples Nacional e nesse caso os encargos sobre o salário são de 29%. Para o pró-labore do sócio os encargos são de 20%.

Custos mensais com mão de obra			
Função	Salário Base R\$	Encargos %	Total R\$
Chefe de cozinha (Sócio)	R\$ 1.800,00	R\$ 360,00	R\$ 2.160,00
Chefe de cozinha	R\$ 1.800,00	R\$ 522,00	R\$ 2.322,00
Cozinheiro	R\$ 1.220,00	R\$ 353,80	R\$ 1.573,80
Auxiliar de cozinha	R\$ 1.020,00	R\$ 295,80	R\$ 1.315,80
Gerente (Sócio)	R\$ 1.800,00	R\$ 360,00	R\$ 2.160,00
Barman	R\$ 1.220,00	R\$ 353,80	R\$ 1.573,80
Garçom 1	R\$ 1.220,00	R\$ 353,80	R\$ 1.573,80
Garçom 2	R\$ 1.220,00	R\$ 353,80	R\$ 1.573,80
Garçom 3	R\$ 987,62	R\$ 286,41	R\$ 1.274,03
Garçom 4	R\$ 987,62	R\$ 286,41	R\$ 1.274,03
Total	R\$ 13.275,24	R\$ 3.525,82	R\$ 16.801,06

Tabela 4 - Custos com mão de obra

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6.3 Custos e despesas fixos

A Tabela 5 apresenta os custos e despesas fixos. O valor da depreciação dos utensílios, equipamentos de comunicação e de processamento de dados foi calculado com taxa de 20% ao ano, enquanto para os móveis, instalações, máquinas e equipamentos a taxa utilizada foi de 10% ao ano.

Custos e despesas fixos						
Custos e despesas fixos	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Mão de obra	R\$ 16.801,06	R\$ 201.612,72	R\$ 207.661,10	R\$ 213.890,93	R\$ 220.307,66	R\$ 226.916,89
Gás	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.090,00	R\$ 3.182,70	R\$ 3.278,18	R\$ 3.376,53
Energia elétrica	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.416,00	R\$ 7.638,48	R\$ 7.867,63	R\$ 8.103,66
Água	R\$ 437,00	R\$ 5.244,00	R\$ 5.401,32	R\$ 5.563,36	R\$ 5.730,26	R\$ 5.902,17
Combustível	R\$ 280,00	R\$ 3.360,00	R\$ 3.460,80	R\$ 3.564,62	R\$ 3.671,56	R\$ 3.781,71
Depreciação	R\$ 498,48	R\$ 5.981,74	R\$ 6.161,19	R\$ 6.346,03	R\$ 6.536,41	R\$ 6.732,50
Aluguel	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Uniformes e material segurança	R\$ 80,00	R\$ 960,00	R\$ 988,80	R\$ 1.018,46	R\$ 1.049,02	R\$ 1.080,49
Impostos fixos (IPTU, IPVA)	R\$ 330,00	R\$ 3.960,00	R\$ 4.078,80	R\$ 4.201,16	R\$ 4.327,20	R\$ 4.457,01
Material de limpeza	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00	R\$ 1.483,20	R\$ 1.527,70	R\$ 1.573,53	R\$ 1.620,73
Seguro/segurança	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.270,00	R\$ 9.548,10	R\$ 9.834,54	R\$ 10.129,58
Telefone + Internet	R\$ 169,99	R\$ 2.039,88	R\$ 2.101,08	R\$ 2.164,11	R\$ 2.229,03	R\$ 2.295,90
Materiais diversos	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.236,00	R\$ 1.273,08	R\$ 1.311,27	R\$ 1.350,61
Propaganda	R\$ 80,00	R\$ 960,00	R\$ 988,80	R\$ 1.018,46	R\$ 1.049,02	R\$ 1.080,49
Serviço contador	R\$ 385,00	R\$ 4.620,00	R\$ 4.758,60	R\$ 4.901,36	R\$ 5.048,40	R\$ 5.199,85
Despesas financeiras	R\$ 50,00	R\$ 600,00	R\$ 618,00	R\$ 636,54	R\$ 655,64	R\$ 675,31
Outras despesas	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.236,00	R\$ 1.273,08	R\$ 1.311,27	R\$ 1.350,61
Total	R\$ 21.031,53	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04

Tabela 5 - Custos e despesas fixos

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6.4 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

A DRE apresenta o resultado (lucro/prejuízo) da operação de uma empresa. Nela são registradas as receitas, custos e despesas da empresa. Um horizonte de cinco anos foi considerado para a análise.

O cenário realista (Tabela 6) foi calculado buscando lucro líquido entre 3,75%, a taxa básica de juros do Banco Central (Taxa Selic) para abril/2020, e 10%, a TMA (taxa de mínima de atratividade) estipulada para este plano. O lucro líquido estimado foi de 9,4%.

Cenário realista	Valores em reais mensal	Percentuais	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1 VENDAS TOTAIS (RECEITAS)	R\$ 39.531,00	100,0%	R\$ 474.372,00	R\$ 488.603,16	R\$ 503.261,25	R\$ 518.359,09	R\$ 533.909,87
2 - CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 14.791,51	37,4%	R\$ 177.498,15	R\$ 182.823,09	R\$ 188.307,78	R\$ 193.957,02	R\$ 199.775,73
Custo da Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 10.284,98	26,0%	R\$ 123.419,74	R\$ 127.122,33	R\$ 130.936,00	R\$ 134.864,08	R\$ 138.910,00
Despesas variável de venda	R\$ 4.506,53	11,4%	R\$ 54.078,41	R\$ 55.700,76	R\$ 57.371,78	R\$ 59.092,94	R\$ 60.865,72
3 = LUCRO BRUTO	R\$ 24.739,49	62,6%	R\$ 296.873,85	R\$ 305.780,07	R\$ 314.953,47	R\$ 324.402,08	R\$ 334.134,14
4 - CUSTOS E DESPESAS FIXOS	R\$ 21.031,53	53,2%	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04
5 = LUCRO LÍQUIDO	R\$ 3.707,96	9,4%	R\$ 44.495,52	R\$ 45.830,39	R\$ 47.205,30	R\$ 48.621,46	R\$ 50.080,10
6 PONTO EQUILÍBRIO	R\$ 33.606,08	100,0%	R\$ 403.273,02				

Tabela 6 - DRE cenário realista

Fonte: Elaborado pelo autor

No cenário pessimista, o lucro líquido é igual a zero, pois a receita das vendas totais busca atingir o valor igual ao ponto de equilíbrio, nesse caso não há lucros nem prejuízos (Tabela 7).

Cenário pessimista	Valores em reais mensal	Percentuais	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1 VENDAS TOTAIS (RECEITAS)	R\$ 33.606,08	100,0%	R\$ 403.273,01	R\$ 415.371,20	R\$ 427.832,34	R\$ 440.667,31	R\$ 453.887,33
2 - CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 12.574,56	37,4%	R\$ 150.894,68	R\$ 155.421,52	R\$ 160.084,17	R\$ 164.886,69	R\$ 169.833,29
Custo da Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 8.743,46	26,0%	R\$ 104.921,56	R\$ 108.069,20	R\$ 111.311,28	R\$ 114.650,62	R\$ 118.090,14
Despesas variável de venda	R\$ 3.831,09	11,4%	R\$ 45.973,12	R\$ 47.352,32	R\$ 48.772,89	R\$ 50.236,07	R\$ 51.743,16
3 = LUCRO BRUTO	R\$ 21.031,53	62,6%	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04
4 - Custos e despesas fixos	R\$ 21.031,53	62,6%	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04
5 = LUCRO LÍQUIDO	-R\$ 0,00	0,0%	-R\$ 0,00	-R\$ 0,00	-R\$ 0,00	-R\$ 0,00	-R\$ 0,00
6 PONTO EQUILÍBRIO	R\$ 33.606,08	100,0%	R\$ 403.273,02				

Tabela 7 - DRE cenário pessimista

Fonte: Elaborado pelo autor

As vendas no cenário otimista são superestimadas, nessa situação o lucro líquido foi de 17,1%, acima da TMA, conforme ilustra a Tabela 8.

Cenário otimista	Valores em reais mensal	Percentuais	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1 VENDAS TOTAIS (RECEITAS)	R\$ 46.256,00	100,0%	R\$ 555.072,00	R\$ 571.724,16	R\$ 588.875,88	R\$ 606.542,16	R\$ 624.738,43
2 - CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 17.307,84	37,4%	R\$ 207.694,07	R\$ 213.924,89	R\$ 220.342,64	R\$ 226.952,92	R\$ 233.761,50
Custo da Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 12.034,65	26,0%	R\$ 144.415,86	R\$ 148.748,34	R\$ 153.210,79	R\$ 157.807,11	R\$ 162.541,32
Despesas variável de venda	R\$ 5.273,18	11,4%	R\$ 63.278,21	R\$ 65.176,55	R\$ 67.131,85	R\$ 69.145,81	R\$ 71.220,18
3 = LUCRO BRUTO	R\$ 28.948,16	62,6%	R\$ 347.377,93	R\$ 357.799,27	R\$ 368.533,25	R\$ 379.589,25	R\$ 390.976,92
4 - Custos e despesas fixos	R\$ 21.031,53	45,5%	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04
5 = LUCRO LÍQUIDO	R\$ 7.916,63	17,1%	R\$ 94.999,60	R\$ 97.849,59	R\$ 100.785,07	R\$ 103.808,63	R\$ 106.922,88
6 PONTO EQUILÍBRIO	R\$ 33.606,08	100,0%	R\$ 403.273,02				

Tabela 8 - DRE cenário otimista

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6.5 Custos e despesas variáveis e totais

Os custos e despesas variáveis foram obtidos utilizando: CMV (custo de mercadoria vendida) médio de 26%; alíquota de imposto do Simples Nacional, que para a receita de vendas estimada é de 9,5% com valor a reduzir de R\$13.860,00; e taxas de cartão de débito e crédito, 1,9% e 3,1% respectivamente (Tabelas 9, 10, 11).

Custos e despesas variáveis - cenário realista						
Custos e despesas variáveis	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Matéria-prima	R\$ 10.284,98	R\$ 123.419,74	R\$ 127.122,33	R\$ 130.936,00	R\$ 134.864,08	R\$ 138.910,00
Despesas variáveis de venda (imposto, taxa cartão)	R\$ 4.506,53	R\$ 54.078,41	R\$ 55.700,76	R\$ 57.371,78	R\$ 59.092,94	R\$ 60.865,72
Total	R\$ 14.791,51	R\$ 177.498,15	R\$ 182.823,09	R\$ 188.307,78	R\$ 193.957,02	R\$ 199.775,73

Tabela 9 - Custos e despesas variáveis do cenário realista

Fonte: Elaborado pelo autor

Custos e despesas variáveis - cenário pessimista						
Custos e despesas variáveis	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Matéria-prima	R\$ 8.743,46	R\$ 104.921,56	R\$ 108.069,20	R\$ 111.311,28	R\$ 114.650,62	R\$ 118.090,14
Despesas variáveis de venda (imposto, taxa cartão)	R\$ 3.831,09	R\$ 45.973,12	R\$ 47.352,32	R\$ 48.772,89	R\$ 50.236,07	R\$ 51.743,16
Total	R\$ 12.574,56	R\$ 150.894,68	R\$ 155.421,52	R\$ 160.084,17	R\$ 164.886,69	R\$ 169.833,29

Tabela 10 - Custos e despesas variáveis do cenário pessimista

Fonte: Elaborado pelo autor

Custos e despesas variáveis - cenário otimista						
Custos e despesas variáveis	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Matéria-prima	R\$ 12.034,65	R\$ 144.415,86	R\$ 148.748,34	R\$ 153.210,79	R\$ 157.807,11	R\$ 162.541,32
Despesas variáveis de venda (imposto, taxa cartão)	R\$ 5.273,18	R\$ 63.278,21	R\$ 65.176,55	R\$ 67.131,85	R\$ 69.145,81	R\$ 71.220,18
Total	R\$ 17.307,84	R\$ 207.694,07	R\$ 213.924,89	R\$ 220.342,64	R\$ 226.952,92	R\$ 233.761,50

Tabela 11 - Custos e despesas variáveis do cenário otimista

Fonte: Elaborado pelo autor

Para os custos e despesas totais foram feitas as somas dos custos e despesas fixos com as variáveis para os três cenários (Tabelas 12, 13 e 14).

Custos e despesas totais - cenário realista						
	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custos e despesas fixos	R\$ 21.031,53	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04
Custos e despesas variáveis	R\$ 14.791,51	R\$ 177.498,15	R\$ 182.823,09	R\$ 188.307,78	R\$ 193.957,02	R\$ 199.775,73
Total	R\$ 35.823,04	R\$ 429.876,48	R\$ 442.772,77	R\$ 456.055,96	R\$ 469.737,64	R\$ 483.829,76

Tabela 12 - Custos e despesas totais do cenário realista

Fonte: Elaborado pelo autor

Custos e despesas totais - cenário pessimista						
	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custos e despesas fixos	R\$ 21.031,53	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04
Custos de despesas variáveis	R\$ 12.574,56	R\$ 150.894,68	R\$ 155.421,52	R\$ 160.084,17	R\$ 164.886,69	R\$ 169.833,29
Total	R\$ 33.606,08	R\$ 403.273,02	R\$ 415.371,21	R\$ 427.832,34	R\$ 440.667,31	R\$ 453.887,33

Tabela 13 - Custos e despesas totais do cenário pessimista

Fonte: Elaborado pelo autor

Custos e despesas totais - cenário otimista						
	Valor em R\$/mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Custos e despesas fixos	R\$ 21.031,53	R\$ 252.378,33	R\$ 259.949,68	R\$ 267.748,17	R\$ 275.780,62	R\$ 284.054,04
Custos de despesas variáveis	R\$ 17.307,84	R\$ 207.694,07	R\$ 213.924,89	R\$ 220.342,64	R\$ 226.952,92	R\$ 233.761,50
Total	R\$ 38.339,37	R\$ 460.072,40	R\$ 473.874,57	R\$ 488.090,81	R\$ 502.733,54	R\$ 517.815,54

Tabela 14 - Custos e despesas totais do cenário otimista

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6.6 Projeção de vendas

As projeções de vendas foram feitas a fim de se atingir as receitas estipuladas para cada um dos três cenários e estão demonstradas nas Tabelas 15, 16 e 17.

Projeção de vendas mensal - cenário realista								
Quantidade/mês	Descrição	Preço unitário	Total mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
170	Batata Frita	R\$ 16,00	R\$ 2.720,00	R\$ 32.640,00	R\$ 33.619,20	R\$ 34.627,78	R\$ 35.666,61	R\$ 36.736,61
80	Aipim Frito	R\$ 16,00	R\$ 1.280,00	R\$ 15.360,00	R\$ 15.820,80	R\$ 16.295,42	R\$ 16.784,29	R\$ 17.287,82
50	Espetinho de quiabo	R\$ 14,00	R\$ 700,00	R\$ 8.400,00	R\$ 8.652,00	R\$ 8.911,56	R\$ 9.178,91	R\$ 9.454,27
50	Asinha de frango agridoce	R\$ 29,00	R\$ 1.450,00	R\$ 17.400,00	R\$ 17.922,00	R\$ 18.459,66	R\$ 19.013,45	R\$ 19.583,85
50	Disquinho de carne	R\$ 30,00	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.540,00	R\$ 19.096,20	R\$ 19.669,09	R\$ 20.259,16
60	Torresmo	R\$ 25,00	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.540,00	R\$ 19.096,20	R\$ 19.669,09	R\$ 20.259,16
50	Costelinha glaceada	R\$ 41,00	R\$ 2.050,00	R\$ 24.600,00	R\$ 25.338,00	R\$ 26.098,14	R\$ 26.881,08	R\$ 27.687,52
50	Costela de caranha	R\$ 35,00	R\$ 1.750,00	R\$ 21.000,00	R\$ 21.630,00	R\$ 22.278,90	R\$ 22.947,27	R\$ 23.635,69
70	Isca de peixe	R\$ 32,00	R\$ 2.240,00	R\$ 26.880,00	R\$ 27.686,40	R\$ 28.516,99	R\$ 29.372,50	R\$ 30.253,68
70	Hambúrguer	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00	R\$ 16.800,00	R\$ 17.304,00	R\$ 17.823,12	R\$ 18.357,81	R\$ 18.908,55
60	Sanduíche de rosbfite	R\$ 23,00	R\$ 1.380,00	R\$ 16.560,00	R\$ 17.056,80	R\$ 17.568,50	R\$ 18.095,56	R\$ 18.638,43
40	Sanduíche de frango frito	R\$ 23,00	R\$ 920,00	R\$ 11.040,00	R\$ 11.371,20	R\$ 11.712,34	R\$ 12.063,71	R\$ 12.425,62
30	Sanduíche de beringela	R\$ 20,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.416,00	R\$ 7.638,48	R\$ 7.867,63	R\$ 8.103,66
40	Torta de caramelo salgado	R\$ 15,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.416,00	R\$ 7.638,48	R\$ 7.867,63	R\$ 8.103,66
50	Tarte tartin	R\$ 12,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.416,00	R\$ 7.638,48	R\$ 7.867,63	R\$ 8.103,66
90	Costela e polenta	R\$ 24,00	R\$ 2.160,00	R\$ 25.920,00	R\$ 26.697,60	R\$ 27.498,53	R\$ 28.323,48	R\$ 29.173,19
90	Rondelli de queijo e espinafre	R\$ 22,00	R\$ 1.980,00	R\$ 23.760,00	R\$ 24.472,80	R\$ 25.206,98	R\$ 25.963,19	R\$ 26.742,09
90	Peixe do dia e salada	R\$ 22,00	R\$ 1.980,00	R\$ 23.760,00	R\$ 24.472,80	R\$ 25.206,98	R\$ 25.963,19	R\$ 26.742,09
350	Cerveja long neck	R\$ 8,00	R\$ 2.800,00	R\$ 33.600,00	R\$ 34.608,00	R\$ 35.646,24	R\$ 36.715,63	R\$ 37.817,10
250	Cerveja 600 ml	R\$ 14,00	R\$ 3.500,00	R\$ 42.000,00	R\$ 43.260,00	R\$ 44.557,80	R\$ 45.894,53	R\$ 47.271,37
150	Caipirinha	R\$ 9,90	R\$ 1.485,00	R\$ 17.820,00	R\$ 18.354,60	R\$ 18.905,24	R\$ 19.472,40	R\$ 20.056,57
40	Mojito	R\$ 9,90	R\$ 396,00	R\$ 4.752,00	R\$ 4.894,56	R\$ 5.041,40	R\$ 5.192,64	R\$ 5.348,42
20	Gin tônica	R\$ 8,00	R\$ 160,00	R\$ 1.920,00	R\$ 1.977,60	R\$ 2.036,93	R\$ 2.098,04	R\$ 2.160,98
300	Chopp 300 ml	R\$ 9,90	R\$ 2.970,00	R\$ 35.640,00	R\$ 36.709,20	R\$ 37.810,48	R\$ 38.944,79	R\$ 40.113,13
300	Suco de fruta	R\$ 4,70	R\$ 1.410,00	R\$ 16.920,00	R\$ 17.427,60	R\$ 17.950,43	R\$ 18.488,94	R\$ 19.043,61
Total			R\$ 39.531,00	R\$ 474.372,00	R\$ 488.603,16	R\$ 503.261,25	R\$ 518.359,09	R\$ 533.909,87

Tabela 15 - Projeção de vendas do cenário realista

Fonte: Elaborado pelo autor

Projeção de vendas mensal - cenário pessimista								
Quantidade/mês	Descrição	Preço unitário	Total mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
151	Batata Frita	R\$ 16,00	R\$ 2.416,00	R\$ 28.992,00	R\$ 29.861,76	R\$ 30.757,61	R\$ 31.680,34	R\$ 32.630,75
70	Aipim Frito	R\$ 16,00	R\$ 1.120,00	R\$ 13.440,00	R\$ 13.843,20	R\$ 14.258,50	R\$ 14.686,25	R\$ 15.126,84
30	Espetinho de quiabo	R\$ 14,00	R\$ 420,00	R\$ 5.040,00	R\$ 5.191,20	R\$ 5.346,94	R\$ 5.507,34	R\$ 5.672,56
49	Asinha de frango agridoce	R\$ 29,00	R\$ 1.421,00	R\$ 17.052,00	R\$ 17.563,56	R\$ 18.090,47	R\$ 18.633,18	R\$ 19.192,18
49	Disquinho de carne	R\$ 30,00	R\$ 1.470,00	R\$ 17.640,00	R\$ 18.169,20	R\$ 18.714,28	R\$ 19.275,70	R\$ 19.853,98
49	Torresmo	R\$ 25,00	R\$ 1.225,00	R\$ 14.700,00	R\$ 15.141,00	R\$ 15.595,23	R\$ 16.063,09	R\$ 16.544,98
30	Costelinha glaceada	R\$ 41,00	R\$ 1.230,00	R\$ 14.760,00	R\$ 15.202,80	R\$ 15.658,88	R\$ 16.128,65	R\$ 16.612,51
50	Costela de caranha	R\$ 35,00	R\$ 1.750,00	R\$ 21.000,00	R\$ 21.630,00	R\$ 22.278,90	R\$ 22.947,27	R\$ 23.635,69
50	Isca de peixe	R\$ 32,00	R\$ 1.600,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.776,00	R\$ 20.369,28	R\$ 20.980,36	R\$ 21.609,77
67	Hambúrguer	R\$ 20,00	R\$ 1.340,00	R\$ 16.080,00	R\$ 16.562,40	R\$ 17.059,27	R\$ 17.571,05	R\$ 18.098,18
55	Sanduíche de rosbfite	R\$ 23,00	R\$ 1.265,00	R\$ 15.180,00	R\$ 15.635,40	R\$ 16.104,46	R\$ 16.587,60	R\$ 17.085,22
45	Sanduíche de frango frito	R\$ 23,00	R\$ 1.035,00	R\$ 12.420,00	R\$ 12.792,60	R\$ 13.176,38	R\$ 13.571,67	R\$ 13.978,82
30	Sanduíche de beringela	R\$ 20,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.416,00	R\$ 7.638,48	R\$ 7.867,63	R\$ 8.103,66
31	Torta de caramelo salgado	R\$ 15,00	R\$ 465,00	R\$ 5.580,00	R\$ 5.747,40	R\$ 5.919,82	R\$ 6.097,42	R\$ 6.280,34
42	Tarte tartin	R\$ 12,00	R\$ 504,00	R\$ 6.048,00	R\$ 6.229,44	R\$ 6.416,32	R\$ 6.608,81	R\$ 6.807,08
80	Costela e polenta	R\$ 24,00	R\$ 1.920,00	R\$ 23.040,00	R\$ 23.731,20	R\$ 24.443,14	R\$ 25.176,43	R\$ 25.931,72
80	Rondelli de queijo e espinafre	R\$ 22,00	R\$ 1.760,00	R\$ 21.120,00	R\$ 21.753,60	R\$ 22.406,21	R\$ 23.078,39	R\$ 23.770,75
80	Peixe do dia e salada	R\$ 22,00	R\$ 1.760,00	R\$ 21.120,00	R\$ 21.753,60	R\$ 22.406,21	R\$ 23.078,39	R\$ 23.770,75
303	Cerveja long neck	R\$ 8,00	R\$ 2.424,00	R\$ 29.088,00	R\$ 29.960,64	R\$ 30.859,46	R\$ 31.785,24	R\$ 32.738,80
250	Cerveja 600 ml	R\$ 14,00	R\$ 3.500,00	R\$ 42.000,00	R\$ 43.260,00	R\$ 44.557,80	R\$ 45.894,53	R\$ 47.271,37
120	Caipirinha	R\$ 9,90	R\$ 1.188,00	R\$ 14.256,00	R\$ 14.683,68	R\$ 15.124,19	R\$ 15.577,92	R\$ 16.045,25
34	Mojito	R\$ 9,90	R\$ 336,00	R\$ 4.039,20	R\$ 4.160,38	R\$ 4.285,19	R\$ 4.413,74	R\$ 4.546,16
20	Gin tônica	R\$ 8,00	R\$ 160,00	R\$ 1.920,00	R\$ 1.977,60	R\$ 2.036,93	R\$ 2.098,04	R\$ 2.160,98
148	Chopp 300 ml	R\$ 9,90	R\$ 1.465,20	R\$ 17.582,40	R\$ 18.109,87	R\$ 18.653,17	R\$ 19.212,76	R\$ 19.789,15
262	Suco de fruta	R\$ 4,70	R\$ 1.231,40	R\$ 14.776,80	R\$ 15.220,10	R\$ 15.676,71	R\$ 16.147,01	R\$ 16.631,42
Total			R\$ 33.606,08	R\$ 403.274,40	R\$ 415.372,63	R\$ 427.833,81	R\$ 440.668,83	R\$ 453.888,89

Tabela 16 - Projeção de vendas do cenário pessimista

Fonte: Elaborado pelo autor

Projeção de vendas mensal - cenário otimista								
Quantidade/mês	Descrição	Preço unitário	Total mês	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
200	Batata Frita	R\$ 16,00	R\$ 3.200,00	R\$ 38.400,00	R\$ 39.552,00	R\$ 40.738,56	R\$ 41.960,72	R\$ 43.219,54
90	Aipim Frito	R\$ 16,00	R\$ 1.440,00	R\$ 17.280,00	R\$ 17.798,40	R\$ 18.332,35	R\$ 18.882,32	R\$ 19.448,79
50	Espetinho de quiabo	R\$ 14,00	R\$ 700,00	R\$ 8.400,00	R\$ 8.652,00	R\$ 8.911,56	R\$ 9.178,91	R\$ 9.454,27
65	Asinha de frango agri-doce	R\$ 29,00	R\$ 1.885,00	R\$ 22.620,00	R\$ 23.298,60	R\$ 23.997,56	R\$ 24.717,48	R\$ 25.459,01
65	Disquinho de carne	R\$ 30,00	R\$ 1.950,00	R\$ 23.400,00	R\$ 24.102,00	R\$ 24.825,06	R\$ 25.569,81	R\$ 26.336,91
70	Torresmo	R\$ 25,00	R\$ 1.750,00	R\$ 21.000,00	R\$ 21.630,00	R\$ 22.278,90	R\$ 22.947,27	R\$ 23.635,69
50	Costelinha glaceada	R\$ 41,00	R\$ 2.050,00	R\$ 24.600,00	R\$ 25.338,00	R\$ 26.098,14	R\$ 26.881,08	R\$ 27.687,52
70	Costela de caranha	R\$ 35,00	R\$ 2.450,00	R\$ 29.400,00	R\$ 30.282,00	R\$ 31.190,46	R\$ 32.126,17	R\$ 33.089,96
75	Isca de peixe	R\$ 32,00	R\$ 2.400,00	R\$ 28.800,00	R\$ 29.664,00	R\$ 30.553,92	R\$ 31.470,54	R\$ 32.414,65
80	Hambúrguer	R\$ 20,00	R\$ 1.600,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.776,00	R\$ 20.369,28	R\$ 20.980,36	R\$ 21.609,77
70	Sanduíche de rosbfife	R\$ 23,00	R\$ 1.610,00	R\$ 19.320,00	R\$ 19.899,60	R\$ 20.496,59	R\$ 21.111,49	R\$ 21.744,83
50	Sanduíche de frango frito	R\$ 23,00	R\$ 1.150,00	R\$ 13.800,00	R\$ 14.214,00	R\$ 14.640,42	R\$ 15.079,63	R\$ 15.532,02
40	Sanduíche de beringela	R\$ 20,00	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00	R\$ 9.888,00	R\$ 10.184,64	R\$ 10.490,18	R\$ 10.804,88
45	Torta de caramelo salgado	R\$ 15,00	R\$ 675,00	R\$ 8.100,00	R\$ 8.343,00	R\$ 8.593,29	R\$ 8.851,09	R\$ 9.116,62
50	Tarte tartin	R\$ 12,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.416,00	R\$ 7.638,48	R\$ 7.867,63	R\$ 8.103,66
120	Costela e polenta	R\$ 24,00	R\$ 2.880,00	R\$ 34.560,00	R\$ 35.596,80	R\$ 36.664,70	R\$ 37.764,65	R\$ 38.897,58
120	Rondelli de queijo e espinafre	R\$ 22,00	R\$ 2.640,00	R\$ 31.680,00	R\$ 32.630,40	R\$ 33.609,31	R\$ 34.617,59	R\$ 35.656,12
120	Peixe do dia e salada	R\$ 22,00	R\$ 2.640,00	R\$ 31.680,00	R\$ 32.630,40	R\$ 33.609,31	R\$ 34.617,59	R\$ 35.656,12
450	Cerveja long neck	R\$ 8,00	R\$ 3.600,00	R\$ 43.200,00	R\$ 44.496,00	R\$ 45.830,88	R\$ 47.205,81	R\$ 48.621,98
250	Cerveja 600 ml	R\$ 14,00	R\$ 3.500,00	R\$ 42.000,00	R\$ 43.260,00	R\$ 44.557,80	R\$ 45.894,53	R\$ 47.271,37
150	Caipirinha	R\$ 9,90	R\$ 1.485,00	R\$ 17.820,00	R\$ 18.354,60	R\$ 18.905,24	R\$ 19.472,40	R\$ 20.056,57
40	Mojito	R\$ 9,90	R\$ 396,00	R\$ 4.752,00	R\$ 4.894,56	R\$ 5.041,40	R\$ 5.192,64	R\$ 5.348,42
30	Gin tônica	R\$ 8,00	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00	R\$ 2.966,40	R\$ 3.055,39	R\$ 3.147,05	R\$ 3.241,47
300	Chopp 300 ml	R\$ 9,90	R\$ 2.970,00	R\$ 35.640,00	R\$ 36.709,20	R\$ 37.810,48	R\$ 38.944,79	R\$ 40.113,13
350	Suco de fruta	R\$ 4,70	R\$ 1.645,00	R\$ 19.740,00	R\$ 20.332,20	R\$ 20.942,17	R\$ 21.570,43	R\$ 22.217,54
Total			R\$ 46.256,00	R\$ 555.072,00	R\$ 571.724,16	R\$ 588.875,88	R\$ 606.542,16	R\$ 624.738,43

Tabela 17 - Projeção de vendas do cenário otimista

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6.7 Retorno do investimento (payback, VPL e TIR)

O tempo necessário para obter o retorno do capital investido é calculado por meio do payback, dividindo o investimento inicial pela média do lucro anual obtido no ano inicial dos cenários realista (Tabela 18) e otimista (Tabela 19). Como o cenário pessimista não possui lucro não é possível calcular payback.

Para o cenário realista o retorno previsto é de 3 anos e 6 meses aproximadamente. No otimista a previsão é de 1 ano e 8 meses aproximados.

Cenário realista	
Investimento inicial	R\$ 153.349,95
Lucro líquido anual ano 1	R\$ 44.495,52
Anos	3,446413288

Tabela 18 - Payback cenário realista

Fonte: Elaborado pelo autor

Cenário otimista	
Investimento inicial	R\$ 153.349,95
Lucro líquido anual ano 1	R\$ 94.999,60
Anos	1,614216873

Tabela 19 - Payback cenário otimista

Fonte: Elaborado pelo autor

O Valor Presente Líquido (VPL) traz para o presente os valores de lucros líquidos futuros, descontado da taxa de custo de capital, ou seja, uma análise dos fluxos de caixa futuros utilizando o quanto o dinheiro vale hoje, para isso é descontado a TMA, que para este projeto foi estipulada em 10%.

Caso o VPL seja positivo, aceita-se o projeto pois o retorno será acima da TMA e o projeto é viável, caso seja negativo, recusa-se o projeto.

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é definida como a taxa de desconto que faz com que o VPL de um projeto seja igual a zero, ou seja, é uma taxa que avalia o percentual de retorno de um projeto, geralmente comparada a TMA. Quanto maior for a taxa em relação a TMA, maior é o crescimento esperado para um negócio.

Como observado na Tabela 20, o VPL para o cenário realista é maior que 0 e a TIR está acima da TMA, igualmente no cenário otimista, Tabela 21. Isso significa que o projeto é viável e apresenta retorno em ambos os cenários.

Cenário realista		
Ano	Valores R\$	
0	-R\$ 153.349,95	Investimento inicial (-)
1	R\$ 44.495,52	Lucro líquido anual ano 1
2	R\$ 45.830,39	Lucro líquido anual ano 2
3	R\$ 47.205,30	Lucro líquido anual ano 3
4	R\$ 48.621,46	Lucro líquido anual ano 4
5	R\$ 50.080,10	Lucro líquido anual ano 5
VPL		R\$ 22.498,02
TIR		16%

Tabela 20 - VPL e TIR cenário realista

Fonte: Elaborado pelo autor

Cenário otimista		
Ano	Valores R\$	
0	-R\$ 153.349,95	Investimento inicial (-)
1	R\$ 94.999,60	Lucro líquido anual ano 1
2	R\$ 97.849,59	Lucro líquido anual ano 2
3	R\$ 100.785,07	Lucro líquido anual ano 3
4	R\$ 103.808,63	Lucro líquido anual ano 4
5	R\$ 106.922,88	Lucro líquido anual ano 5
VPL		R\$ 206.268,59
TIR		58%

Tabela 21 - VPL e TIR cenário otimista

Fonte: Elaborado pelo autor

5 CONCLUSÃO

É crescente o número de pessoas que valorizam a arte culinária e suas experiências gastronômicas, explorando seus sabores aromas e texturas. Esse engajamento traz mais

informações a respeito do setor, que cresce e busca maior qualidade dos produtos e do serviço, valorizando a culinária como forma de entretenimento, lazer e cultura. Dados como os do IBGE (2017/2018) sobre renda familiar, constataam aumento na porção da renda familiar mensal gasta com alimentação fora de casa. Na mesma direção, pesquisa da ABIA (2019) aponta crescimento do setor de alimentos no Brasil de 6,7% de 2018 para 2019.

Identificando oportunidades como esta, o presente estudo teve como objetivo elaborar um plano de negócios de uma empresa voltada para serviços de bar e restaurante na cidade de Jataí, Goiás - Brasil. Através de dados a respeito do mercado e o uso de ferramentas financeiras, foi possível concluir o plano de negócios para a empresa Biduca e constatar a viabilidade da mesma.

Analisando o plano financeiro observa-se através da DRE que o lucro líquido nos cenários realista e otimista é positivo, sendo 9,4% e 17,1% respectivamente. Com payback de 3,4 anos no cenário realista, VPL de R\$ 22.498,02, TIR de 16%, maior que a TMA, conclui-se que o empreendimento é viável.

REFERÊNCIAS

ABIA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS. Disponível em: <https://www.abia.org.br/vsn/tmp_2.aspx?id=422>. acesso em 27 abr. 2020.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, [S. l.], p. 25-38, 2014. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>>. Acesso em: 2 mar. 2020.

BRASIL FOOD TRENDS 2020. Disponível em: <http://www.brazilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html>. Acesso em: 5 mar. 2020.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 30ª. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006. Disponível em: <https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/881634/mod_resource/content/2/O%20segredo%20de%20luisa.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2014.

DRUCKER, P. **Introdução à administração**. São Paulo: Pioneira, 1984.

GERHARDT, Tatiana Egel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 9. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017/2018: Primeiros resultados.** 2019. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101670.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2020.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MONITOR, Global Entrepreneurship. **Relatório executivo 2018.** Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 2 mar. 2020.

SANTOS, Anete Basso. **A formação empreendedora em gastronomia: desafios para futuros gestores.** Piracicaba, SP, 2006. Disponível em: <<https://www.sapili.org/livros/pt/cp022325.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2020.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil.** Outubro 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em: 5 mar. 2020.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** Empreender em Gastronomia: Perfil de Negócios de Gastronomia. Recife: 2014.

SEVERO, Christian Guimarães. Empreendedorismo em gastronomia: um estudo de caso. **Revista da Jornada de Pós-graduação e Pesquisa - Congrega,** Rio Grande do Sul, v. 15, n. 15. 5 out. 2018.

Apêndice A: Quadros de horário

Chefes e auxiliar de cozinha					42 horas semanais	
	Entrada	Descanso	Saída	Entrada 2	Descanso	Saída 2
Segunda	-	-	-	-	-	-
Terça	-	-	-	-	-	-
Quarta	15:00	17:30 - 18:30	00:00	-	-	-
Quinta	15:00	17:30 - 18:30	00:00	-	-	-
Sexta	15:00	17:30 - 18:30	00:00	-	-	-
Sábado	8:00	10:00 - 11:00	14:00	19:00	15 minutos	00:00
Domingo	8:00	10:00 - 11:00	16:00	-	-	-

Cozinheiro					42 horas semanais	
	Entrada	Descanso	Saída	Entrada 2	Descanso	Saída 2
Segunda	-	-	-	-	-	-
Terça	-	-	-	-	-	-
Quarta	13:00	17:30 - 18:30	22:00	-	-	-
Quinta	13:00	17:30 - 18:30	22:00	-	-	-
Sexta	13:00	17:30 - 18:30	22:00	-	-	-
Sábado	8:00	10:00 - 11:00	14:00	19:00	15 minutos	00:00
Domingo	8:00	10:00 - 11:00	16:00	-	-	-

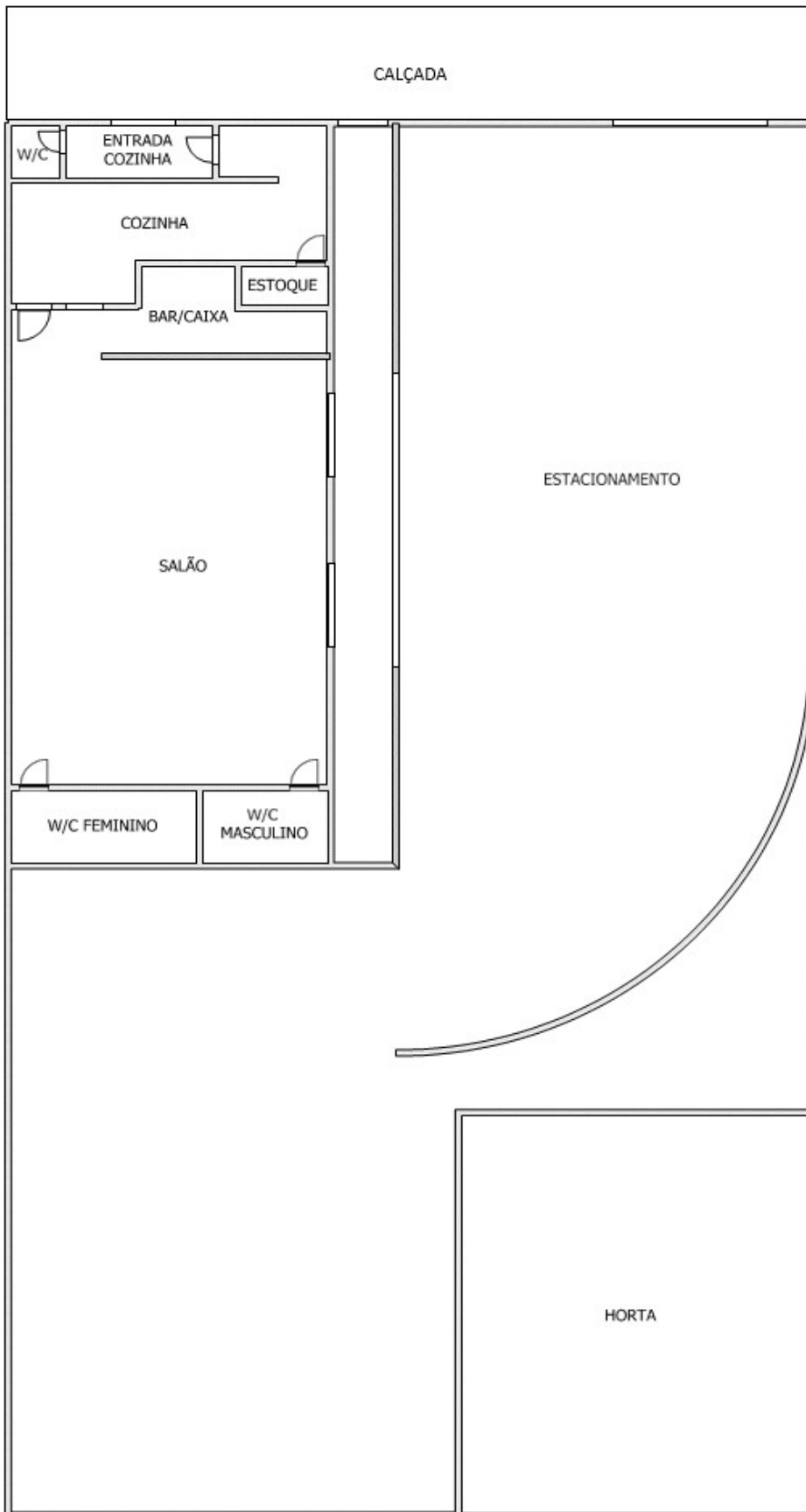
Gerente					42 horas semanais,	
	Entrada	Descanso	Saída	Entrada 2	Descanso	Saída 2
Segunda	-	-	-	-	-	-
Terça	-	-	-	-	-	-

Quarta	16:40	17:30 - 18:30	01:00	-	-	-
Quinta	16:40	17:30 - 18:30	01:00	-	-	-
Sexta	16:40	17:30 - 18:30	01:00	-	-	-
Sábado	9:00	10:00 - 11:00	15:00	19:00	15 minutos	01:00
Domingo	9:00	10:00 - 11:00	16:00	-	-	-
Nota: 3 horas de trabalho semanais são destinadas a realização de atividades financeiras, podendo ser realizado remotamente						

Garçom 1 e 2					42 horas semanais	
	Entrada	Descanso	Saída	Entrada 2	Descanso	Saída 2
Segunda	-	-	-	-	-	-
Terça	-	-	-	-	-	-
Quarta	15:00	17:30 - 18:30	00:00	-	-	-
Quinta	15:00	17:30 - 18:30	00:00	-	-	-
Sexta	15:00	17:30 - 18:30	00:00	-	-	-
Sábado	8:00	10:30 - 11:00	12:00	17:00	15 minutos	22:00
Domingo	8:00	10:00 - 11:00	16:00	-	-	-

Garçom 3 e 4					34 horas semanais	
	Entrada	Descanso	Saída	Entrada 2	Descanso	Saída 2
Segunda	-	-	-	-	-	-
Terça	-	-	-	-	-	-
Quarta	19:00	15 min	01:00	-	-	-
Quinta	19:00	15 min	01:00	-	-	-
Sexta	19:00	15 min	01:00	-	-	-
Sábado	11:00	15 min	16:00	20:00	15 minutos	01:00

Domingo	10:00	15 min	16:00	-	-	-
---------	-------	--------	-------	---	---	---

Apêndice B: Esboço da planta arquitetônica

Apêndice C: Protótipo do cardápio

BIDUCA

PORÇÕES

- Batata frita | 16,00
- Aipim frito | 16,00
- Espetinho de quiabo | 16,00
- Asinha agridoce | 29,00
- Disquinho de carne | 30,00
- Torresmo | 25,00
- Costelinha glaceada | 41,00
- Costela de caranha | 35,00
- Isca de peixe | 32,00

SANDUÍCHES



- Hambúguer | 20,00
- Rosbife | 23,00
- Frango frito | 23,00
- Beringela | 20,00

BEBIDAS

- Long neck bohemia | 8,00
- Bohemia 600ml | 14,00
- Chopp 300ml | 9,90
- Caipirinha | 9,90
- Mojito | 9,90
- Gin tônica | 8,00
- Suco de fruta | 4,70
- Água | 0,00



SOBREMESAS

- Torta de caramelo | 15,00
- Tarte tartin | 12,00



Qualquer dúvida basta chamar
um atendente !