

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

FRANCIELE DOS SANTOS SMIELESKI

**PLANO DE NEGÓCIOS: ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA E
FINANCEIRA DE CONSTITUIÇÃO DE UM PUB NO MUNICÍPIO DE MORRO
DA FUMAÇA – SC**

CRICIÚMA

2015

FRANCIELE DOS SANTOS SMIELESKI

**PLANO DE NEGÓCIOS: ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA E
FINANCEIRA DE CONSTITUIÇÃO DE UM PUB NO MUNICÍPIO DE MORRO
DA FUMAÇA – SC**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado para obtenção do grau de
bacharel no curso de Ciências Contábeis
da Universidade do Extremo Sul
Catarinense, UNESC.

Orientador (a): Prof. (ª) Esp. Marlucci
Freitas Bitencourt

CRICIÚMA

2015

FRANCIELE DOS SANTOS SMIELESKI

**PLANO DE NEGÓCIOS: ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA E
FINANCEIRA DE CONSTITUIÇÃO DE UM PUB NO MUNICÍPIO DE MORRO
DA FUMAÇA – SC**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade Gerencial.

Criciúma, 16 de novembro de 2015.

BANCA EXAMINADORA

Prof. (a). Esp. Marlucci Freitas Bitencourt – Orientador (a)

Prof. (a). Esp. Marcelo Crispim Salazar – Examinador (a)

Dedico este trabalho a minha família, em especial aos meus pais, Silvio e Terezinha, ao meu irmão Cristian, que são essenciais na minha vida, sempre me incentivando e me apoiando, e a todos que fizeram parte da realização dessa etapa de minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a Deus, por me conceder a vida, a saúde e por estar presente em todos os momentos da minha vida, protegendo-me e dando-me forças para seguir com fé e persistência em busca dos meus sonhos.

Aos meus pais Silvio e Terezinha, obrigado por serem a minha referência de tantas maneiras, por estarem sempre presentes na minha vida de uma forma indispensável. Nós sabemos o quanto foi difícil, obrigado por lutarem ao meu lado.

Ao meu irmão Cristian e minha cunhada Veronica que mesmo não estando próximos, sempre me deram forças para conquistar esse sonho. A ajuda de vocês foi muito importante, obrigado por tudo.

A minha orientadora Marluci Freitas Bitencourt, sempre prestativa, compartilhando comigo todo o seu conhecimento, não medindo esforços para me auxiliar durante a elaboração deste trabalho.

Aos meus amigos e colegas de sala, que plantaram um pedaço de si em meu coração. Em especial as minhas amigas e companheiras de todas as noites – Cristina, Daniela e Franciele, valeu muito a pena dividir todo o aprendizado, e também muitas risadas. A elas meus sinceros agradecimentos, sabem que todo esse tempo juntas, fará muita falta, momentos que ficaram registrados no meu coração!

Meus agradecimentos as minhas companheiras de trabalho, que sempre me apoiaram nessa longa jornada, com certeza vão continuar presentes na minha vida.

Enfim agradeço a todos que contribuíram de alguma forma para realização deste sonho, que assim pude concluí-lo com muito orgulho, meu sincero agradecimento.

RESUMO

SMIELESKI, Franciele dos Santos. **Plano de negócios: estudo da viabilidade econômica e financeira de constituição de um *pub* no município de Morro da Fumaça – SC.** 2015. 50 p. Orientadora: Prof. Esp. Marluci Freitas Bitencourt. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, Criciúma – SC.

Este estudo foi elaborado para verificar a viabilidade econômica e financeira para a abertura do *Rocki'n pub* no município de Morro da Fumaça-SC. O plano de negócios é a ferramenta essencial para avaliar os resultados econômicos e financeiros do empreendimento. É possível avaliar todo o capital investido, despesas, receitas, fluxo de caixa, resultados, projeções para os próximos anos e o principal que é o retorno do investimento. Contudo desenvolveu-se uma pesquisa descritiva e bibliográfica através de livros e *sites* para a realização do estudo. A abordagem do estudo consistiu-se de forma qualitativa e quantitativa, onde aplicou-se um questionário para avaliar as necessidades dos moradores de Morro da Fumaça, focando no lazer do público. Através do questionário pode-se avaliar que a melhor localização foi no centro da cidade, devido ao fácil acesso, a faixa etária do público alvo estimou-se de 18 a 45 anos, analisando também os petiscos e bebidas mais consumidos foram as porções fritas, tábuas de frios e as cervejas, os estilos musicais mais desejados foram o rock, sertanejo e voz e violão, quanto as características mais apreciadas na procura de um *pub* foi a atratividade do ambiente, atendimento e preço, fatores que contribuíram para determinar o desejo do público. Entre outros fatores que colaboraram para avaliar o estudo proposto. Através das análises financeiras, pode-se calcular que o capital necessário a ser investido inicialmente no empreendimento, foi considerado relativamente alto, o que ganhou maior destaque na construção do *pub*. Apresentará um prejuízo em janeiro e dezembro, devido à sazonalidade. Calculando o retorno do investimento, verifica-se que o montante inicial investido será recuperado em três anos. Com a conclusão do plano de negócios, constata-se que será viável econômico e financeiramente a implantação do referido *pub*.

Palavras – chave: empreendedorismo; plano de negócios; *pub*.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 TEMA E PROBLEMA	9
1.2 OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS	10
1.2.1 Objetivo geral	10
1.2.2 Objetivo específicos.....	10
1.3 JUSTIFICATIVA	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 EMPREENDEDORISMO	13
2.2 PLANO DE NEGÓCIOS	14
2.2.1 Importância do plano de negócios	15
2.2.2 Estrutura do plano de negócio.....	16
2.3 ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA	18
2.3.1 Plano de <i>Marketing</i>	18
2.3.1.1 Concorrência	19
2.3.1.2 Pontos fortes e fracos.....	19
2.3.2 Estratégia de produto	20
2.3.3 Estratégia de preço	20
2.3.4 Mercado alvo	21
2.4 PLANO DE RECURSOS HUMANOS	21
2.4.1 Recrutamento e seleção	22
2.4.2 Aprendizagem, treinamentos e desenvolvimentos	22
2.4.3 Cargos, salários e benefícios.....	23
2.5 PLANO FINANCEIRO	23
2.5.1 A importância do planejamento financeiro	24
2.5.2 Investimento inicial	25
2.5.3 Demonstração do resultado do exercício	25
2.5.4 Fluxo de Caixa	26
2.5.5 Prazo de retorno do investimento (<i>payback</i>).....	26
3 METODOLOGIA	28
3.1 TIPO DE PESQUISA	28
3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS	28

4 ESTUDO DE CASO PLANO DE NEGÓCIO PUB	30
4.1 QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE MERCADO.....	30
4.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	30
4.3 PLANO DE <i>MARKETING</i>.....	32
4.3.1 Concorrência	32
4.3.2 Análise SWOT.....	33
4.3.3 Estratégia de produto	35
4.3.4 Fornecedores.....	36
4.3.5 Estratégia de preço	36
4.3.6 Mercado alvo	38
4.4 PLANO DE RECURSOS HUMANOS	38
4.4.1 Recrutamento e seleção	39
4.4.2 Aprendizagem, treinamentos e desenvolvimento	39
4.4.3 Cargos, salários e benefícios.....	39
4.5 PLANO FINANCEIRO.....	41
4.5.1 Investimento inicial	41
4.5.2 Demonstração do resultado do exercício - DRE	45
4.5.3 Fluxo de caixa.....	48
4.5.4 Prazo de retorno do investimento (<i>payback</i>).....	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS.....	52
APÊNDICES	53
ANEXOS	53

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo será abordado o tema e problema aos quais se refere este estudo, sendo acompanhada de seus objetivos gerais e específicos, seguidos da justificativa onde se apresenta o motivo da escolha do assunto apresentado.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Para a implantação de uma empresa faz-se necessária a elaboração de um planejamento, o qual será utilizado como base para analisar a viabilidade do negócio. Nos dias atuais, os melhores empreendedores se destacam por saber analisar melhor as oportunidades aproveitando-as no mercado competitivo.

Estudar o mercado e identificar os setores que vem se destacando, ampliam as oportunidades de implantar um empreendimento de sucesso. Algumas empresas conseguem obter resultados positivos mesmo sem ter elaborado um plano de negócio, mas sem esta ferramenta, pode ser uma opção arriscada, pois a qualquer momento a empresa poderá passar por dificuldades não previstas.

Sabendo que o objetivo do empreendedor é alcançar e manter o sucesso de seu estabelecimento por meio da satisfação de seus clientes, o plano de negócio é a ferramenta que auxilia nesse processo, pois, por meio dele, pode ser realizado um planejamento que analisará todos os detalhes da empresa sejam eles fatores de qualidade ou numéricos.

O município de Morro da Fumaça é uma cidade com aproximadamente 18.000 habitantes. Os estabelecimentos direcionados ao lazer estão focados em restaurantes e lanchonetes, e muitos moradores são jovens que procuram lugares para diversão como bares e boates em cidades próximas.

Os *pubs* e bares vêm se destacando na região, sendo opção dos jovens moradores de Morro da Fumaça, uma vez que em seu município não existe

locais deste ramo. Portanto, é possível compreender a necessidade do público em encontrar lugares para o lazer e que propicie sensações, felicidade e diversão.

Analisando os fatos, a população tem uma grande necessidade de opções de lazer neste município, sendo verificada então a oportunidade de um negócio, assunto que será abordado neste trabalho, com o intuito de constatar a viabilidade de abertura de tal empreendimento.

Com o propósito para a real implantação de um *pub* na cidade de Morro da Fumaça, é necessário elaborar um plano de negócios, ferramenta que auxiliará na visão do empreendedor a respeito de toda a estrutura (instalações, colaboradores, fornecedores, serviços, atendimento a legislação) interna e externa que a empresa deverá apresentar.

Neste contexto, tem-se a seguinte questão – problema: Qual a viabilidade econômica e financeira de constituição de um *pub* no município de Morro da Fumaça/SC?

1.2.OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS

A seguir serão apresentados os objetivos geral e específicos, que se propõe alcançar ao término da realização da referida pesquisa.

1.2.1 Objetivo geral

Elaborar um Plano de Negócio para analisar a viabilidade econômica e financeira de constituição de um *pub* no município de Morro da Fumaça/SC.

1.2.2 Objetivo específicos

Os objetivos específicos deste trabalho, que compreendem o conjunto de ações necessárias para o alcance do objetivo geral, são:

- Apresentar os conceitos e estrutura do Plano de Negócios, conforme literatura;

- Detalhar os indicadores de viabilidade econômico-financeira de um empreendimento, também na fundamentação teórica deste trabalho;
- Caracterizar o negócio a ser implantado;
- Definir os produtos e serviços que serão oferecidos no *pub*, bem como seu público alvo e fatores de diferenciação no mercado;
- Analisar o mercado (concorrentes, clientes e fornecedores);
- Desenvolver um plano de Recursos Humanos;
- Definir o plano de marketing da empresa;
- Elaborar o planejamento financeiro do empreendimento, levando em conta os custos, despesas e receitas para a implantação do negócio;
- Avaliar a viabilidade econômica financeira do negócio, analisando os riscos da implantação.

1.3 JUSTIFICATIVA

Muitas empresas entram no mercado com propostas inovadoras para ganhar destaque e atrair clientes, métodos que são utilizados para diferenciar-se da concorrência elevada.

Com o destaque do segmento de bares na região Sul de Santa Catarina, devido ao crescente número de pessoas que estão frequentando, surge a ideia de criar um *pub*, aproveitando a oportunidade e o aumento de potencial que o mercado vem oferecendo, no município de Morro da Fumaça - SC.

Assim, quando se opta por abrir um empreendimento, é importante que seja desenvolvido o plano de negócio para verificar a viabilidade econômica e financeira deste empreendimento, pois este será um documento que terá todas as informações que a empresa planeja alcançar, e também para evitar riscos que venham a interferir.

Esta ferramenta também pode ser utilizada por profissionais da área, empreendedores, para a universidade, estudantes e para o curso de Ciências Contábeis, a fim de conhecer os benefícios que este instrumento lhe proporcionará. Desta forma, este estudo poderá ser utilizado principalmente para pesquisa aos interessados em empreender.

Para a autora, concluinte do curso de Ciências Contábeis, esta ferramenta proporcionará grande conhecimento, demonstrando as etapas para criar uma empresa e a sua viabilidade, podendo culminar no prosseguimento da carreira como empreendedora, sócio proprietária do negócio.

Para o município de Morro da Fumaça, abrir um estabelecimento neste ramo, acaba sendo um atrativo, pois como não possui estabelecimento de tipo na cidade, atrairá muitas pessoas de toda a região, além de ser um local diferente para os próprios moradores, que são o alvo principal que a empresa busca conquistar.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo expõe de forma teórica os assuntos que serão abordados no trabalho, contemplando o empreendedorismo, plano de negócios, estratégia mercadológica e o planejamento financeiro.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Conforme Oliveira (2014), o termo empreendedorismo vem demonstrando hoje que não significa somente iniciar uma nova empresa, mas refere-se também a ideias inovadoras, conhecimento do mercado e principalmente um profissional que crie suas estratégias. Empreendedorismo é considerado um conjunto de quesitos, sendo um processo evolutivo buscando inovação de habilidades, capacidades e atitudes, esses que contribuem positivamente para o empreendimento. O empreendedor que traça esses quesitos está sempre ao alcance do sucesso de seu empreendimento.

Cabe ao empreendedor conhecer os mercados que vem se destacando para criar um empreendimento que se situe de forma fixa no mercado sem correr riscos de falência (OLIVEIRA, 2014).

Alguns conhecimentos como a realidade do mercado, técnicas administrativas, processo de inovação, são informações básicas que o empreendedor deverá saber. Tendo em vista a realidade atual dos empreendimentos podem ser destacados alguns aspectos como, por exemplo, grande numero de empresas que são iniciadas e o tempo que permanecem no mercado e a criação de novas empresas. (OLIVEIRA, 2014)

O empreendedor precisa possuir uma visão estratégica para realização do seu negócio. Segundo Las Casas (2007, p. 27) “formular estratégias é pensar no que será feito atualmente e no futuro. Por isso depende muito da personalidade dos planejadores”. Assim ter a visão de onde quer chegar é essencial para construir estratégias na qual a personalidade do empreendedor influencia diretamente nas escolhas.

Para o empreendedor é necessário que suas ideias e estratégias sejam estruturadas no plano de negócio, pois facilitará o estudo do empreendimento para tomada de decisões.

2.2 PLANO DE NEGÓCIOS

No conceito de Oliveira (2014, p. 98) “O plano de negócios tem forte interação com os vários assuntos de um empreendimento, principalmente quanto a sua viabilidade, pois todo e qualquer negócio deve ser viável para o empreendimento considerado”.

Para Cecconello (2008) somente ter a ideia de criar um empreendimento, não é a certeza do sucesso. Quando não é feito um bom plano de negócio a ideia torna-se incerta. Através das estatísticas que destacam o fracasso das empresas, observa-se a importância desta ferramenta.

Ainda na visão de Cecconello (2008), os índices que mais contribuem para a mortalidade das empresas são nos seguintes aspectos:

- Falta de experiência no ramo;
- Pouco tempo dedicado a viabilidade do negócio;
- Falta de planejamento antes da abertura;
- Descuidos na administração do negócio, principalmente na gestão do fluxo de caixa;
- Dedicção parcial ao negócio;
- Falta de apoio externo na concepção e administração do negócio;
- Estrutura inadequada;
- Falta de clientes;
- Problemas legais;
- Impostos/encargos elevados.

Conforme cita Oliveira (2014), o plano de negócios é uma ferramenta que demonstra a estrutura do negócio, internamente e externamente, para que a empresa seja bem sucedida no mercado. Analisando o empreendimento, o plano de negócio também permite alterações sempre que

necessário, sendo considerada a principal ferramenta para avaliar a viabilidade do negócio.

2.2.1 Importância do plano de negócios

Conforme Dornelas (2001) o plano de negócios é a ferramenta essencial e importante para por um sonho em prática, pode e deve ser utilizada para um empreendedor que está iniciando seu negócio ou até mesmo para o que já está no mercado.

Para Dornelas (2001), esta ferramenta também pode ser utilizada no gerenciamento da empresa, em uma forma eficaz, que será útil quando as informações nela apresentadas forem divulgadas internamente. Pois não adianta ter informações guardadas, elas devem ser estudadas e expostas para que a empresa alcance resultados de forma satisfatória.

Dornelas (2001) afirma que, este erro grave ocorre quando o plano de negócio é elaborado e utilizado somente uma vez, o que é um grande erro, pois o mercado está sempre modificando e esta ferramenta é necessária para impedir riscos que podem ocorrer. O que lhe torna uma ferramenta dinâmica, devendo ser atualizada, pois o ato de planejar é dinâmico também, as ideias são sempre inovadas.

Dornelas (2001, p. 96) resume que:

“É importante que o plano de negócio possa demonstrar a viabilidade de se atingir uma situação futura, mostrando como a empresa pretende chegar lá. Então, o que o empresário precisa é de um plano de negócios que lhe sirva de guia, que seja revisado periodicamente e que permita alterações visando a vender a ideia ao leitor do seu plano de negócios”.

Conforme Dornelas (2001) somente aqueles que têm interesse no empreendimento podem visualizar o plano de negócios. Geralmente este documento é solicitado pelos investidores, fornecedores, clientes, bancos, sócios e até da própria empresa, para verificar as metas e resultados.

Para a elaboração deste documento de forma correta, é importante que ele contenha uma estrutura objetiva de fácil entendimento, demonstrando todas as características da empresa. DORNELAS (2001)

2.2.2 Estrutura do plano de negócio

Para Dornelas (2001) o plano de negócio deve ser elaborado conforme a necessidade da empresa, cada uma possui suas semelhanças e casos particulares a serem definidos, não há um modelo padrão a seguir.

Conforme Dornelas (2001), esta ferramenta deve conter o mínimo de informações para que possa ser entendido de forma completa a situação do negócio. A estrutura básica do plano de negócio é definida com os seguintes itens: capa, sumário, sumário executivo, análise estratégica, descrição da empresa, produtos e serviços, plano operacional, plano de recursos humanos, análise de mercado, estratégia de *marketing*, plano financeiro e os anexos.

CAPA	É a parte mais simples e mais importante do trabalho, deve ser bem elaborada, pois é a primeira parte a ser visualizada.
SUMÁRIO	No sumário são destacados todos os títulos do plano e com suas paginas respectivamente, deve encontrar-se de maneira organizada para fácil localização.
SUMÁRIO EXECUTIVO	É a principal e a mais importante parte do plano. Deve ser escrito com muita atenção, contendo uma síntese de cada seção, dependerá dele se o leitor continuará a leitura do plano de negócio.
ANÁLISE ESTRATÉGICA	Nesta etapa são destacados os caminhos que a empresa tem a seguir, visão, missão, situação que ela se encontra, objetivos e metas do negócio, serve de base para o desenvolvimento das demais partes do plano.
DESCRIÇÃO DA EMPRESA	Deve ser apresentado o histórico da empresa, crescimento, faturamento, razão social entre outros.
PRODUTOS E SERVIÇOS	Esta seção deve ser apresentada tudo o que está relacionado aos produtos e serviços, como a produção, recursos utilizados e principais clientes.
PLANO OPERACIONAL	Deve ser destacado o planejamento

	relacionado ao sistema produtivo e processo de produção. Deve conter as informações operacionais atuais e previstas de fatores.
PLANO DE RECURSOS HUMANOS	Aqui deve ser apresentado tudo o que está relacionado com a parte de pessoal da empresa. Planos de desenvolvimento e treinamento que estão relacionadas diretamente com o crescimento da empresa, destacando todas as metas a serem alcançadas.
ANÁLISE DE MERCADO	Nesta seção, deve ser apresentado todo o conhecimento dos executivos da empresa em relação ao mercado de atuação, analisando a concorrência, localização e estudando os consumidores do seu produto.
ESTRATÉGIA DE MARKETING	Deverão ser apresentadas todas as estratégias de venda do seu produto, como conquistar o mercado, clientes fixos e novos. Para essa análise, deve ser abrangido todo um estudo sobre os preços, produtos, principais clientes, promoção entre outros.
PLANO FINANCEIRO	São apresentadas em forma de números todas as ações da empresa e comprovações, abordando as projeções futuras, para obter sucesso do negócio. É considerada a parte mais complexa do plano de negócio.
ANEXOS	Aqui são abordadas informações extras para um melhor entendimento do negócio. Não é exigido um limite de páginas, é elaborada conforme a necessidade de cada plano. A única informação que deve conter é a relação dos currículos dos sócios e dirigentes da empresa. Podendo ser anexadas informações como imagens e tabelas para melhor esclarecimento.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2001)

Quando é definida a estrutura do plano de negócios, também devem ser apresentadas as estratégias da empresa, qual será seu diferencial no mercado.

2.3 ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA

Las Casas (2007) afirma que, no momento em que é definido o propósito do negócio a empresa necessita de uma estratégia mercadológica para que possa alcançar sua finalidade de forma rápida e certa. Essa estratégia pode ser de inúmeras formas, sendo as mais utilizadas: O plano de *marketing*, estratégia de produto, estratégia de preço, mercado alvo.

2.3.1 Plano de *Marketing*

Las Casas (2007) comenta que o plano de *marketing* indica os objetivos, metas e estratégias de *marketing*. Abrangem questões relacionadas ao produto e mercado do empreendimento, que são utilizados diretamente para conquistar clientes e atingir o mercado.

Para Las Casas (2007), toda empresa deve construir um plano de *marketing* para um bom funcionamento, no entanto algumas situações são mais necessárias que outras, como por exemplo, divulgação da empresa, para obter lucros imediatos.

Segundo Las Casas (2007) é importante que, a partir do momento que o administrador elabora o processo de planejamento, o plano de *marketing* resulta desse processo, através dele são destacadas ideias criativas e inovadoras, que são utilizadas para uma boa estratégia, ferramenta utilizada para analisar os concorrentes e os pontos fortes e fracos da empresa.

Esta ferramenta prepara a empresa para que possíveis situações inesperadas sejam corrigidas imediatamente, sendo daqui que partem as iniciativas inserção do produto/serviço no mercado. LAS CASAS (2007)

Um item importante estudado no plano de marketing é a concorrência, avaliando esses competidores poderá ser criadas estratégias para atrair clientes.

2.3.1.1 Concorrência

Surgem muitos obstáculos quando se tem a ideia de iniciar um empreendimento, isso atinge diretamente, impedindo de alcançar os objetivos. Um deles é a concorrência, muitas empresas do mesmo ramo entram e saem do mercado com ideias, produtos e serviços diferenciados para agradar o público alvo. Ao ver de Bangs Jr (1999, p. 72)

“A análise da concorrência é uma parte importante do plano de marketing. Você poderá aprender com seus concorrentes e fortalecer sua própria empresa. Poderá prever os planos deles, se observá-los com cuidado. Isto envolve trabalho e concentração nos detalhes”.

Diversos fatores contribuem para analisar a concorrência e através desses fatores podem-se definir estratégias para o futuro da empresa. Para Las Casas (2007), fatores como estrutura organizacional, funcionários recursos financeiros, entre outros, são pontos que são comparados com os concorrentes são identificados como fortes ou fracos, assim podendo aproveitar as oportunidades, atingir objetivos e se proteger de ameaças.

Além da concorrência, cabe destacar os pontos fortes e fracos da empresa, pois esses fatores influenciam na estabilidade da empresa no mercado.

2.3.1.2 Pontos fortes e fracos

Conforme Bangs Jr (1999) para formar a estratégia de *marketing* devem ser avaliados os pontos fortes e fracos da empresa, incluindo os aspectos administrativos que devem ser estudados, o que ocorre, porém, não de forma adequada.

Bangs Jr (1999) ressalta a importância de que, esses pontos devem ser analisados em todos os setores da empresa, para que em conjunto e de forma exata atinja seus objetivos, o que pode ser realizado através de uma auditoria para poder identificar quais os pontos que precisam ser melhorados.

O empreendedor deve estar sempre atento, estudando e identificando esses pontos, para que, os que atingem de forma negativa sejam

corrigidos e os de forma positiva sejam utilizados de forma intensa para alcançar benefícios para empresa. BANGS JR (1999)

Os pontos fortes e fracos também estão relacionados aos produtos da empresa, sendo que este é o principal elemento para atrair o público alvo.

2.3.2 Estratégia de produto

Para Ceconello (2008) o produto é o principal elemento utilizado para conquistar o mercado. É importante que o planejador conheça muito bem o produto, para que através dele possa ser traçado uma tática eficaz. É necessário que este produto seja criado de forma que se diferencie e seja atrativo no mercado, com benefícios e características que possa oferecer algo a mais para os clientes, e que atenda as necessidades do consumidor. Quando o produto ganha destaque no mercado, os concorrentes procuram imitar, se tornando uma ameaça para a empresa, na qual deve imediatamente desenvolver um método diferenciado para atingir destaque novamente.

Para atrair clientes os produtos tem grande destaque direcionado ao preço. O valor do produto é um dos maiores alvos dos consumidores.

2.3.3 Estratégia de preço

O preço é a forma mais utilizada para atrair e fidelizar os clientes no novo empreendimento, porém não é viável utilizar apenas esta estratégia para atingir o mercado. Conforme Ceconello (2008, p. 167): “a alteração do preço como estratégia é utilizada quando as vendas estão em declínio ou quando ele é mais alto ou mais baixo do que o praticado pela concorrência”. Portanto na maioria das vezes quando a empresa necessita de um caixa rapidamente, é utilizado este método, e da mesma forma mantendo o preço do mercado e as margens altas.

Desta forma, o preço do produto acaba sendo uma das formas mais avaliadas para atingir o mercado alvo e atrair clientes para o empreendimento.

2.3.4 Mercado alvo

Segundo Las Casas (2007) ao iniciar um novo empreendimento, um dos maiores desafios é atingir o mercado. Para isso é necessário conhecer seu produto e o benefício que este oferece, pois o produto nunca vai atender a todos os tipos de clientes, além de ser necessário sempre inovar para atrair mais consumidores. Geralmente a empresa oferece um produto ao mercado, onde conquista um grupo de clientes, esse grupo é aquele que possivelmente comprará o produto.

Criar estratégias para a empresa é uma forma de garantir destaque no mercado. Sendo assim, para complementar as estratégias, é obrigatório traçar todos os planos do empreendimento para que a empresa tenha todas as informações necessárias.

2.4 PLANO DE RECURSOS HUMANOS

Chiavenato (2007) destaca que, é nesse processo que é decidido quais os recursos humanos que a empresa deverá possuir para atingir as metas em um determinado tempo e de maneira eficaz. Assim, será necessário um grupo com as mesmas forças e objetivos para a concretização das atividades na empresa.

Conforme CHIAVENATO (2007, p. 164):

“Contudo, o importante é que a ARH está passando por grandes mudanças e inovações. Sobretudo agora, no terceiro milênio, com a crescente globalização dos negócios e a gradativa exposição a forte concorrência mundial, quando as palavras de ordem passaram a ser produtividade, qualidade e competitividade. Nesse novo contexto, as pessoas deixam de ser o problema das organizações para ser a solução de seus problemas”.

Segundo França (2007), para a realização do planejamento de recursos humanos, é obrigatória a contratação de pessoas, na qual é estimada a quantidade de funcionários e suas características, que serão úteis para a execução das tarefas. O planejamento é dividido em algumas etapas: recrutamento e seleção, aprendizagem, treinamentos e desenvolvimentos e cargos, salários e benefícios, conforme evidenciado a seguir.

2.4.1 Recrutamento e seleção

O recrutamento e a seleção fazem parte da admissão de pessoal, pois são as primeiras etapas a serem aplicadas na contratação de funcionários. É importante lembrar que esses itens devem estar unidos às estratégias da empresa. De acordo com a necessidade da empresa, ela buscará profissionais com o mesmo perfil. França (2007) destaca que, o recrutamento é a primeira parte para o preenchimento de uma vaga, assim que esta é colocada em aberto, os empregadores contribuem com salários, condições de trabalho e benefício. Já os candidatos dispostos às vagas, apresentam sua qualificação pessoal, que inclui habilidades, experiências, personalidades, entre outros.

A seleção será feita com base nos candidatos que possuem o perfil mais adequado a vaga e a necessidade da empresa. No pensamento de França (2007), a seleção de funcionários não deve ser feita somente com base nas experiências e conhecimento do trabalho. Os aspectos relacionados a personalidade do empregado também é de grande importância, pois será fundamental para avaliar se a contratação será positiva para o empregado e a empresa.

Com o plano de recursos humanos, o recrutamento e seleção são avaliados e aplicados na contratação de funcionários, assim também é avaliada a aprendizagem, feito treinamentos e analisado o desenvolvimento dos novos contratados.

2.4.2 Aprendizagem, treinamentos e desenvolvimentos

Para França (2007) devido às modificações que o mercado vem exigindo, competição interna, entre outros fatores, se destaca a importância do treinamento nas empresas em todos os setores. Quando são oferecidos esses benefícios aos funcionários, eles se tornam preparados para tomada de decisões sem riscos na empresa.

Chiavenato (2007) afirma que aprendizagem é uma forma de adquirir conhecimento através do seu ambiente e relações durante o tempo de vida. Conforme as experiências vividas, o comportamento do ser humano vai

se modificando. Na empresa o funcionário de fácil aprendizado se torna vantajoso pois aprende e se adéqua facilmente as mudanças da empresa.

França (2007) afirma que o treinamento não são somente cursos e eventos para o funcionário, esta ferramenta serve para que o profissional se torne mais capacitado, eficiente, eficaz, com grande produtividade, ou seja, que seja benéfico para ele e para a empresa.

Para Chiavenato (2007), o desenvolvimento é aplicado quando a mudança é intencional ou foi projetada. Esta ferramenta não possui uma área a ser aplicada, é avaliada toda a estrutura da empresa, na qual seu objetivo é melhorar a eficácia em longo prazo.

Após ser feito a seleção de funcionários, os cargos, salários e benefícios também deverão ser informados.

2.4.3 Cargos, salários e benefícios

Para França (2007), o cargo está direcionado um conjunto de atividades a serem executadas pelos empregados. O salário é estimado conforme o cargo e as atividades exercidas, podendo sofrer alterações quando necessário. Os benefícios são pacotes que são oferecidos aos funcionários segundo suas necessidades, esses também se tornam um atrativo para contratar pessoas.

Desta maneira, é definido todo o planejamento de recursos humanos. Na sequencia também deverá ser elaborado o planejamento financeiro, sendo um dos mais importantes, pois representa em números toda a situação financeira da empresa.

2.5 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é a das principais e mais importantes etapas do plano de negócios, também sendo a mais difícil, pois é representado, através de números, tudo o que foi demonstrado nas outras seções do plano.

Para Dornelas (2001) no plano financeiro os principais itens a serem apresentados são: demonstrativo de resultado e demonstrativo de fluxo de caixa, todos com projeções para no mínimo três anos, conforme a seguir:

- **Demonstrativo de resultado:** Aqui são representadas de forma resumida todas as receitas e despesas em um determinado período.
- **Demonstrativo de fluxo de caixa:** Esta é a principal ferramenta do plano financeiro. São apresentadas todas as entradas e saídas de caixa, é bastante utilizada para analisar a viabilidade de vendas a prazo.

Conforme Dornelas (2001), através desses demonstrativos, é possível realizar uma análise da viabilidade do negócio e do seu retorno financeiro.

Dornelas (2001) cita que, para um bom retorno financeiro, não basta ser um ótimo administrador, caso que acontece muito no Brasil, devido ao ciclo econômico. Para melhores resultados, o empreendedor deve ter em mente suas metas financeiras para o negócio, através das ferramentas financeiras, um acompanhamento para estar ciente da situação.

É possível alcançar as metas e redefini-las quando o empreendedor achar necessário, utilizando as demonstrações financeiras e o plano financeiro.
DORNELAS (2001)

Destacando os principais itens para realização do planejamento financeiro, deve-se lembrar de que é de suma importância a execução desta ferramenta, pois apresenta informativos com a situação da empresa.

2.5.1 A importância do planejamento financeiro

O planejamento financeiro é importante para todos os setores da empresa. Cada setor possui uma relação com o sistema financeiro, que são os setores de contabilidade e administração. Segundo Gitman (2010), este setor é importante, pois é ele que fornece toda orientação, controle e coordenação que a empresa deverá seguir para alcançar seus objetivos financeiros, tendo como principais aspectos o planejamento de caixa e planejamento de lucros.

Após entender a importância do planejamento financeiro, um dos maiores interesses do empreendedor é saber qual será o valor inicial a ser investido para iniciar seu negócio.

2.5.2 Investimento inicial

A maioria dos empreendedores não sabe quais serão os gastos necessários para iniciar seu projeto, mas conhecem que será preciso fazer um levantamento do investimento inicial. Para Groppelli (2002), a primeira etapa a ser estudada ao iniciar o empreendimento são seus custos iniciais ou custo de investimento inicial. Sendo assim, o analista financeiro deverá avaliar as seguintes questões:

- Preço de aquisição dos itens (máquinas equipamentos);
- Despesas adicionais (embalagens, distribuições);
- Despesas de pessoal;
- Receita de vendas, e,
- Despesas com impostos.

Ao avaliar esses dados, o empresário saberá qual será o valor inicial a desembolsar para começar as atividades.

Após avaliar o investimento inicial para começar o negócio, a empresa deverá apresentar os informativos financeiros, esses que irão demonstrar todo o movimento operacional da empresa.

2.5.3 Demonstração do resultado do exercício

Através desta ferramenta é avaliado o lucro da empresa com base nas receitas e despesas realizadas no mês. Segundo Gitman (2010), a demonstração do resultado normalmente é apurada em 31 de dezembro de cada ano. Algumas empresas fazem a apuração no período de 12 meses, conhecido como período fiscal, que pode ser realizado em outra data. A maioria das empresas elaboram os demonstrativos mensais para o setor administrativo, pois também serve para os gestores analisarem os resultados e avaliar as tomadas de decisões.

Assim como é informado a demonstração do resultado do exercício, o fluxo de caixa também deverá ser apresentado, para analisar toda a movimentação do período.

2.5.4 Fluxo de Caixa

Esse demonstrativo é utilizado no controle de entradas e saídas de caixa na empresa num determinado período. Algumas empresas já vem há algum tempo exigindo o demonstrativo de fluxo de caixa para fornecer as informações contábeis mais seguras e completas. Conforme Gropelli (2002), esse demonstrativo junto com o balanço patrimonial e o demonstrativo de resultado, fornece uma análise mais ampla da forma como é gerado o caixa através das operações, investimentos e financiamentos. Demonstra a forma que o caixa foi utilizado pela empresa.

Gropelli (2002, p 350) diz que:

“De certo modo, do demonstrativo do fluxo de caixa representa uma reestruturação e uma apresentação mais detalhada dos lançamentos encontrados em outro demonstrativo financeiro. Ele ajuda a destacar áreas de fragilidade nas posições de caixa da empresa e em sua capacidade de saldar dívidas”.

Apresentados os demonstrativos de resultado e o fluxo de caixa, também é informado o balanço patrimonial, este que é o espelho da empresa.

2.5.5 Prazo de retorno do investimento (*payback*)

O período *payback* é o tempo que será necessário para recuperar o que foi investido inicialmente na empresa. Gitman (2010) esclarece que, para calcular o tempo de retorno do investimento, serão utilizadas as entradas de caixa. Dessa forma será analisado se o projeto será aceito ou rejeitado. Os critérios utilizados para esta análise é avaliar quando o período de *payback* for menor do que o período máximo aceito, o projeto é viável, caso o período seja maior do que o aceito o projeto deve ser recusado. Cabe ressaltar que este período é definido pelos diretores da empresa.

Gropelli (2002) destaca que este método de avaliação tem suas vantagens e desvantagens. A principal vantagem é que este método é fácil de

usar para calcular quantos anos serão necessários para recuperar seu investimento. Já a principal desvantagem é que para calcular este método, é ignorado o valor do dinheiro presente, também não é considerado as entradas de caixa após o período que o investimento já foi recuperado.

Sendo assim, calculando o prazo do retorno de investimento é possível avaliar quanto tempo será necessário para recuperar o valor investido. Por meio dessas análises o empreendedor terá mais segurança na tomada de decisões.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, descreve-se o enquadramento metodológico do estudo, bem como os procedimentos utilizados para a coleta e análise dos dados.

3.1 TIPO DE PESQUISA

Para a elaboração do plano de negócio, o estudo é feito através de uma pesquisa bibliográfica, este apresenta informações de como elaborar o plano de negócio para verificar a viabilidade de um *pub* em Morro da Fumaça. Segundo Andrade (2007, p. 114):

“Nesse tipo de pesquisa, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles. Isto significa que os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador”.

Quanto aos objetivos classifica-se como descritiva, que conforme Heerdt e Leonel (2005, P. 65) “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos”, onde apresentará informações sobre o plano de negócio para abertura de um *pub* em Morro da Fumaça.

3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANALISE DE DADOS

Com relação aos procedimentos, são realizados através de pesquisa de mercado, onde serão aplicados questionários, sendo uma técnica utilizada para coletar informações através de questões por escrito, para analisar a necessidade do público. Neste caso, para a elaboração do plano de negócio foi utilizado o método do estudo de caso.

Assim, utiliza-se o método de levantamento ou survey, devido ao uso de questionário para coleta dos dados. Segundo Silva (2003, p. 62), o levantamento “consiste na coleta de dados referentes a uma dada população com base em uma amostra selecionada, de forma clara e direta, dos quais se objetiva saber o comportamento.”

As pesquisas de levantamento, conforme Gil (1999, p. 70): “se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se

deseja conhecer. Basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados.” Neste caso, para a elaboração do plano de negócio foi utilizado o método do estudo de caso.

Para Jung (2004, p.158)

Pode-se definir um estudo de caso como sendo um procedimento de pesquisa que investiga um fenômeno dentro do contexto local, real e especialmente quanto os limites entre o fenômeno e o contexto são estão claramente definidos.

Ou seja, serão aplicados os estudos sobre uma unidade e consiste na utilização do método qualitativo e quantitativo.

Conforme Oliveira (1999, p. 115)

O método quantitativo é muito utilizado no desenvolvimento das pesquisas descritivas, na qual se procura descobrir e classificar a relação entre variáveis, assim como na investigação da relação de causalidade entre os fenômenos: causa e efeito.

Resume-se que quantitativo descreve-se as características das situações, avaliando numericamente os dados pesquisados.

Oliveira (1999. p, 117) complementa que,

As pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir, em maior grau de profundidade a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos.

Assim, esta pesquisa é avaliada pela observação, descrição e compreensão dos dados.

Na visão de Andrade (2007) este tipo de pesquisa pode ser independente ou fundamentado através de outra pesquisa. Ou seja, na maioria dos trabalhos científicos é utilizada como base uma pesquisa bibliográfica já existente.

4 ESTUDO DE CASO PLANO DE NEGÓCIO PUB

Neste capítulo será apresentado o plano de negócios para a abertura do bar *Rocki'n Pub* em Morro da Fumaça. Conforme citado anteriormente, Dornelas (2001) destaca que a estrutura do plano de negócios deve conter: capa, sumário, sumário executivo, análise estratégica, descrição da empresa, produtos e serviços, plano operacional, plano de recursos humanos, análise de mercado, estratégia de *marketing*, plano financeiro e anexos. Como se trata de um trabalho acadêmico, capa e sumários não serão apresentados.

Anteriormente, a apresentação do empreendimento, faz-se menção ao questionário de pesquisa de mercado aplicado para fins desta pesquisa.

4.1 QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE MERCADO

Para fazer o levantamento de dados, foi aplicado o questionário para os moradores de Morro da Fumaça, este que tem como finalidade avaliar as necessidades de lazer do público. O questionário obteve um total de dezoito perguntas, que avaliou as características como, sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, renda mensal, frequência em um pub, o que é mais importante na procura de um pub, preferência por lugares próximos, localização, estilo musical, promoções, comidas, bebidas, marcas das bebidas, características de um pub, valor gasto, forma de pagamento e meios de divulgação.

A data de aplicação foi de 20/10/2015 a 30/10/2015, e obteve 42 respostas. São questões fechadas, ou seja, que apresenta as opções de respostas, e somente uma resposta escolhida.

4.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Analisando que diversos bares tenham surgido na região, aglomerando inúmeros clientes e que o mercado para este segmento obteve grande destaque, o empreendimento bar *Rocki'n Pub* surge após avaliar a

necessidade de um local diferenciado para lazer no centro da cidade de Morro da Fumaça.

O *Rocki'n Pub* será um local sofisticado destinado ao público de 18 a 45 anos, buscando atender as necessidades com qualidade, proporcionando um ambiente agradável e confortável, e que assim possa fidelizar grandes clientes.

O *pub* apresentará uma decoração *rock n roll*, com quadros e enfeites das mais renomadas bandas de sucesso, o que deixará o ambiente descontraído e agradável que é uma característica dos pubs temáticos. Também proporcionará trinta mesas com cadeiras para até quatro pessoas, 3 sofás para momentos mais sossegados, 3 televisores para transmissão de shows e 1 palco para apresentação das bandas. Contará também com quatro banheiros femininos e quatro banheiros masculinos, um bar com diversas bebidas, e uma cozinha para o preparo dos pratos a serem servidos. Na parte superior terá uma sala de sinuca, com três mesas para a diversão do público. O local terá capacidade para 250 pessoas, apresentará uma estrutura de 290m² com área total do terreno de 1300m².

O empreendimento será administrado por dois sócios, graduados em Bacharel no Curso de Ciências Contábeis, sem experiência no ramo, com quotas de 50% cada. O horário de funcionamento será nas quintas feiras com atrações voltadas ao estilo sertanejo, com horário de funcionamento das 20:00hs as 02:00hs, nas sextas feiras e sábados das 20:00hs as 03:00hs com bandas de rock e para finalizar nos domingos das 19:00hs a 01:00hs com atrações acústicas, como voz e violão. Contará com uma área reservada para os fumantes, para que não gere desconforto aos demais presentes. Para que seja feito o melhor atendimento, terá seis garçons treinados e qualificados para que possam atender todos os clientes com agilidade e eficiência.

O endereço será no centro da cidade, na Rua José Guilherme, Centro, Morro da Fumaça – SC.

A forma de pagamento aceita pelo estabelecimento será à vista, em dinheiro, cartão de débito e cartão de crédito à vista. Para a segurança do local também terá dois seguranças, para que possam proporcionar mais conforto aos clientes.

- Forma jurídica: Será uma sociedade por quotas com responsabilidade limitada, neste caso formado por duas;
- Enquadramento tributário: Conforme as receitas estimadas, será tributada pelo Regime do Simples Nacional, onde o faturamento máximo consiste em R\$ 3.600.000,00 anuais e sua carga tributária é menor.
- Fontes de recursos: Para inicialização do empreendimento, os recursos serão oriundos dos próprios sócios e grande parte em empréstimos bancários.

Missão: Oferecer um ambiente agradável, com boas atrações e comidas de qualidade, fornecer para o público um lugar que proporcione diversão e descontração.

Visão: Ser a melhor opção de lazer entre os bares e/ou *pubs* da cidade de Morro da Fumaça – SC.

Valores: cliente em primeiro lugar, agilidade, qualidade total e respeito ao ambiente em que atuamos.

4.3 PLANO DE *MARKETING*

Neste capítulo será apresentado o Plano de *Marketing*, o qual apresentará de forma específica a maneira que o empreendimento visa buscar atrair clientes.

4.3.1 Concorrência

Como disposto anteriormente na fundamentação teórica deste estudo, a concorrência é representada por empreendimentos do mesmo segmento. No município de Morro da Fumaça, atualmente conta com um empreendimento do mesmo ramo, o *The Lost Pub Bar* que apresenta as mesmas características, shows, bebidas e comidas. Com atrações de diversos estilos musicais. Fica localizada na Rua Vinte de Maio, n.º 149, Centro, Morro da Fumaça, com horário de funcionamento das 18:00hs as 00:00hs.

The Lost Pub Bar é a principal concorrente do *pub* em estudo, por estar localizado no mesmo município. Avaliando este concorrente destaca-se alguns pontos fortes e fracos.

- **Pontos fortes:** Está localizada no centro da cidade onde fica mais fácil o acesso. Há grande movimentação na rua onde está localizada por ser a rua principal, isso faz com que chame atenção do público. Por ser a primeira do segmento no município vem conquistando muitos clientes;
- **Pontos fracos:** Nas proximidades do estabelecimento existe grande fluxo de casas, o que se torna um incômodo em dias de shows maiores. Não possui estacionamento próprio, o que acaba fazendo os clientes estacionarem nas ruas, que acaba atrapalhando o movimento.

Distinguindo a potencialidade da concorrente, verifica-se que o projeto aqui apresentado os excede em praticamente todos os quesitos, desde localização, atendimento, ambiente, variedade de produtos e serviços entre outros. Isto demonstra a oportunidade de inserção do *Rockin' Pub* no mercado do entretenimento.

4.3.2 Análise SWOT

No quadro a seguir, será apresentada a análise SWOT da empresa *Rockin' Pub*, onde serão destacados os pontos fortes e fracos do ambiente interno; e, oportunidades e ameaças do ambiente externo da empresa.

QUADRO 1- MATRIZ SWOT. *Rocki'n Pub*

ANÁLISE SWOT		
I N T E R N O	<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente atrativo; • Preços competitivos; • Atendimento de qualidade. 	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inexperiência dos sócios; • Possíveis atrasos no atendimento; • Espaço físico limitado.
	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inserção no mercado; • Ponto de localização; • Criação de franquia a longo prazo. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sazonalidade (baixa clientela no verão); • Carga tributária; • Crise econômica.

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Desta forma foi realizada a análise SWOT do bar *Rockin' Pub*, destacando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

As forças são representadas pelo o ambiente atrativo que o *pub* irá proporcionar para atrair o público, decorado de forma temática, que conforme o questionário aplicado o ambiente é o item principal na busca de um *pub*.

Contanto com uma equipe treinada para o melhor atendimento aos clientes, e o preço dos produtos será o padrão do mercado.

A fraqueza identificada para o início das atividades, será a falta de experiência dos sócios, já que será a primeira vez a trabalhar neste ramo, e em dias que a casa estiver cheia, poderá ocorrer atraso no atendimento, o que também acontece na maioria dos *pubs*. E a terceira fraqueza encontrada será o espaço físico, que apesar das vantagens nele encontrado, terá pouco espaço para o estacionamento, o que às vezes não suportará o movimento esperado.

As oportunidades vislumbradas são a inserção no mercado já que se trata de um estabelecimento novo no município, e seu objetivo que é atrair o público para este ambiente diferenciado, pois faltam opções de lazer no

município. O *pub* será implantado no centro da cidade, o que permite fácil acesso a empresas e serviços. E, ainda, a criação de franquia a longo prazo, possibilitando a abertura da marca em outros municípios.

No que diz respeito às ameaças, pode-se citar a sazonalidade, pois no verão, onde praticamente toda população segue para as praias da região, o *pub* terá uma redução das suas vendas; a carga tributária, que hoje é o inimigo da maioria das empresas que surgem, pois o Brasil possui uma das cargas tributárias mais altas; e, por fim, a crise econômica que assola o Brasil neste ano de 2015.

4.3.3 Estratégia de produto

Tendo em vista que o *pub* oferecerá vários produtos, como bebidas, comidas e shows, o produto se torna um dos principais atrativos. Assim adota-se as seguintes estratégias:

- Exigir das bandas, repertório atualizado, para que não se torne repetitiva as apresentações;
- Quadro de bandas atualizado, assim oferecendo oportunidade para todas as bandas da região se apresentar;
- Cardápio de bebidas variadas, buscando contato com diversos fornecedores, para acrescentar bebidas exóticas e de qualidade;
- Sabe-se que o atendimento é o cartão de visitas das empresas, assim, os funcionários serão prestativos e educados, o que faz com que o consumidor reconheça o *pub* como o melhor da região ;
- Ficará por conta do Cozinheiro o preparo do cardápio, que será padrão, com carnes em geral, porções fritas, tábuas de frios, pratos quentes combinados e outros. Não optou-se por um cardápio muito diversificado, no que tange à alimentação, assim não afetará o estoque e garantirá que os produtos não virão a vencer, trazendo prejuízo para o estabelecimento, uma

vez que o *pub* é focado, principalmente, na comercialização de bebidas.

4.3.4 Fornecedores

O Rocki'n Pub preza pelos melhores produtos. Para isso os fornecedores serão os mais conhecidos da região, sendo de fácil acesso para a compra dos produtos considerando o preço e a qualidade.

QUADRO 2 – FORNECEDORES / ALIMENTOS

<p>Giassi Supermercados End.: Av. Centenário, nº 3985 Centro Criciúma - SC 88801-001</p>	<p>Angeloni Supermercados End.: Av. Centenário, nº 2699 Centro Criciúma - SC 88801-000</p>
<p>Bistek Supermercados End.: R. Dolário dos Santos, nº 168 Centro Criciúma - SC 88802-080</p>	<p>Supermercados Manentti End.: Rua Osvaldo Pinto da Veiga, nº 1517 Próspera Criciúma - SC 88813-00</p>

QUADRO 3 – FORNECEDORES / BEBIDAS

<p>Bebidas Nuernberg End.: Rod. Luis Rosso, nº 1950 Recanto Verde Criciúma – SC 88803-470</p>	<p>Empório Brahma Express End.: R Miguel Patrício de Souza, nº 599 Jardim Maristela Criciúma – SC 88815-200</p>
--	--

4.3.5 Estratégia de preço

O público que se busca atingir, são os de classe A e B da cidade de Morro da Fumaça, avaliando as necessidades, optou-se pelo preço de mercado a aplicar nos produtos, os mesmos serão de alto padrão de qualidade, fará com que o público frequente, várias vezes na semana, o ambiente.

Como os sócios estão iniciando as atividades na área, sem experiência, decidiu-se não optar por um preço acima do mercado, pois isso poderá afetar os clientes. Abaixo será demonstrado o cardápio oferecido aos nossos clientes.

CARDÁPIO ROCKI'N PUB

PETISCOS	BEBIDAS
<p>PRATOS QUENTES-----R\$ 28,00 (Salada verde, batata, carne/frango, arroz e molho)</p> <p>TÁBUAS DE FRIOS---- R\$ 42,00 (Salame, queijo, lombo, pão, pepino, ovo de codorna, azeitona e cebola a milanesa)</p> <p>PORÇÕES FRITAS-----R\$ 15,00 (Polenta, coração, aipim, batata, frango)</p>	<p>CERVEJAS NACIONAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Skol Long Neck R\$ 7,00 ➤ Brahma Long Neck R\$ 7,00 ➤ Antártica Orig. Long Neck R\$ 7,00 ➤ Bohemia Long Neck R\$ 7,00 <p>CERVEJAS IMPORTADAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Heineken Long Neck R\$ 8,00 ➤ Stella Artois Long Neck R\$ 8,00 ➤ Budweiser Long Neck R\$ 8,00 <p>CERVEJAS ESPECIAIS Cervejas Saint Bier</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Escura Tipo Stout 600 ml R\$ 10,00 ➤ In Natura 600ml R\$ 10,00 ➤ Puro Malte Esc. Forte 600ml R\$ 10,00 <p>DOSES E ENERGÉTICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Absolut com Red Bull R\$ 18,00 ➤ Smirnoff com Red Bull R\$ 18,00 <p>AGUA/REFRIGERANTE/SUCO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Agua R\$ 3,00 ➤ Coca cola lata R\$ 3,00 ➤ Guaraná Ant. lata R\$ 3,00 ➤ Suco de laranja R\$ 3,00 ➤ Suco de abacaxi R\$ 3,00 ➤ Suco de limão R\$ 3,00 <p>CHOPP</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Heineken R\$ 12,00 ➤ Budweiser R\$ 12,00 ➤ Bohemia R\$ 12,00 ➤ Brahma R\$ 12,00 <p>DRINKS</p>

	ESPECIAIS/CAIPIRINHAS
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Caipirinha vinho R\$ 12,00 ➤ Caipirinha limão R\$ 12,00 ➤ Coquetéis R\$ 12,00

4.3.6 Mercado alvo

Conforme consta nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística 2010 (IBGE), a população de Morro da Fumaça contava com 16.247 habitantes. Os homens representavam 50,09% da população e as mulheres 49,91%. Sendo que a população é dividida em três faixas etárias, os jovens que representam do nascimento até os 19 anos, os adultos dos 20 anos até os 59 anos e os idosos dos 60 anos em diante. Sendo assim, os jovens representavam 33,2% da população, os adultos 58,4% e os idosos 8,4%. Para o ano de 2015 a estimativa era de 17.213 habitantes. O que seguindo a mesma proporção, estima cerca de 10.000 jovens morando em Morro da Fumaça, no respectivo ano.

Para o empreendimento proposto para o município, isso é uma vantagem, pois traz a maioria da população jovem, o que conforme o questionário aplicado, os maiores frequentadores dos *pubs* têm até 25 anos.

Para conquistar espaço no mercado serão utilizadas as redes sociais como *facebook* e *instagram* para divulgação do *pub*, já que a maioria dos usuários tem acesso diário a estas ferramentas.

Através desses meios, também serão divulgados as atrações, os produtos, preços e promoções diárias, essa que se destaca como uma das mais procuradas pelos frequentadores.

4.4 PLANO DE RECURSOS HUMANOS

Para a formação da equipe, inicialmente a empresa contará com 18 funcionários, incluindo 2 sócios, 2 auxiliares de cozinha, 3 *bartenders*, 1 chefe de salão, 1 cozinheiro, 6 garçons, 1 operador de caixa e 2 seguranças; as

informações a respeito da área de recursos humanos, seguem nos próximos tópicos.

4.4.1 Recrutamento e seleção

O recrutamento dos funcionários será feito através de anúncios em jornais da região, Jornal da Manhã e A Tribuna, sites de empregos, SINE e ACIC. Depois de inscritos nas vagas, os sócios farão uma seleção prévia dos candidatos, chamando os selecionados para serem entrevistados, para avaliar se os objetivos da empresa estão em comum com os funcionários, não será necessária experiência, pois será oferecido treinamento, para o melhor desempenho do funcionário.

Depois de avaliarem o candidato ficará disposta aos sócios a contratação ou não do candidato.

4.4.2 Aprendizagem, treinamentos e desenvolvimento

Todos os funcionários contratados irão receber breve treinamento dos sócios antes do início das atividades, de como funciona cada cargo, e proporcionar um melhor entendimento do sistema operacional do estabelecimento.

Será uma semana de treinamento com os sócios e duas semanas de aperfeiçoamento com o SEBRAE, para que os funcionários possam estar bem capacitados e qualificados para o cargo, em dias da semana divergentes ao de trabalho.

4.4.3 Cargos, salários e benefícios

O empreendimento contará com uma equipe altamente qualificada e treinada. Todos os funcionários serão contratados conforme o regime CLT, recebendo cursos de aperfeiçoamento todo mês. Serão muito bem remunerados, com o salário do mercado mais benefícios, pelo reconhecimento e qualidade do seu trabalho, pois se espera que os funcionários sejam

motivados e continuem fazendo parte da equipe, assim atendendo bem os clientes e evitando a rotatividade nos cargos.

O valor do salário pago será conforme o mercado, avaliando também a importância de cada cargo e necessidade de cada funcionário. Foi previsto aumento anual de 10% em cada um dos cargos.

O benefício oferecido, inicialmente previsto, é o vale transporte.

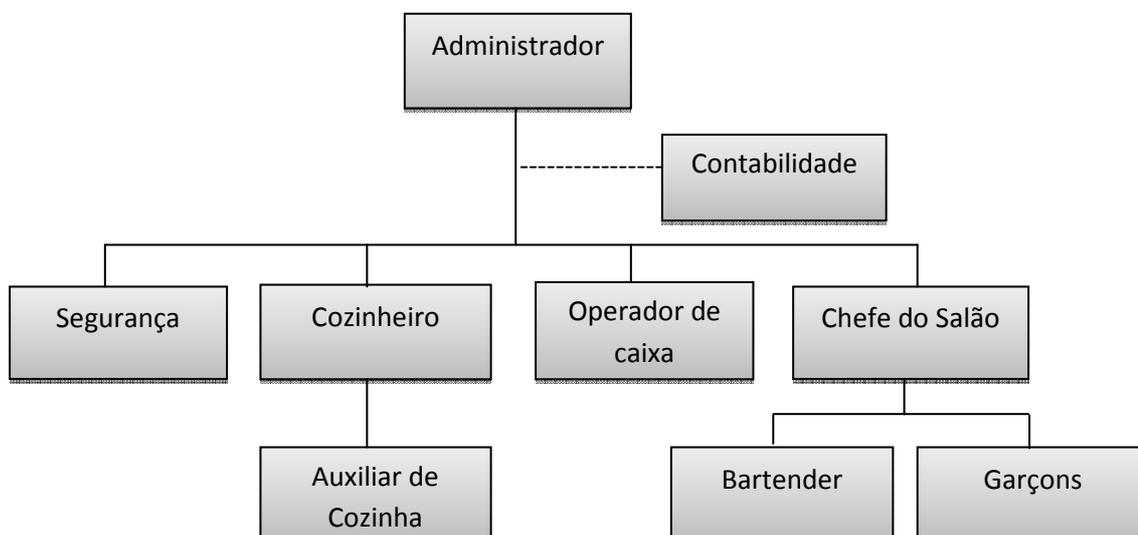
Desta maneira serão necessários:

QUADRO 4 – FUNCIONÁRIOS

Inicial (ao mês)

Função	Quantidade	Salário base mensal
Administrador (pro labore)	2	2.500,00
Auxiliar de cozinha	2	1.200,00
<i>Bartender</i>	3	1.200,00
Chefe do salão	1	1.800,00
Cozinheiro	1	1.600,00
Garçom	6	1.200,00
Operador de caixa	1	1.150,00
Segurança	2	1.300,00
TOTAL	18	25.350,00

No organograma a seguir, será disposto o cargo de cada funcionário, conforme nível de hierarquia, além da contabilidade, serviço terceirizado.



No *Rocki'n Pub* a administração será feita pelos sócios do empreendimento, que são graduados em Ciências Contábeis, eles serão responsáveis pela administração.

Também será necessário um cozinheiro e dois auxiliares de cozinha para o preparo dos pratos, com agilidade, perfeição e de rápida entrega aos clientes. Contará com um chefe de salão, que será responsável por coordenar os três *bartenders* e seis garçons no atendimento dos clientes, com eficiência.

Irá contar com um operador de caixa para receber os pagamentos dos clientes com mais agilidade, e evitar filas no pagamento. Terá o auxílio de dois seguranças para a organização do estabelecimento e resolver quaisquer transtornos que venha a ocorrer, protegendo o patrimônio da empresa.

A empresa também contará com a terceirização de um contador para a realização da contabilidade e recursos humanos.

4.5 PLANO FINANCEIRO

Nesta etapa serão apresentados os investimentos fixos iniciais, demonstração do resultado do exercício, fluxo de caixa e prazo de retorno do investimento (*payback*), para que possa ser analisada de forma detalhada a viabilidade econômica e financeira do *Rocki'n Pub*.

4.5.1 Investimento inicial

Conforme apresenta o Quadro 5, o *Rocki'n Pub* terá um investimento inicial de R\$ 595.690,70, que abrange materiais de uso/consumo, máquinas e equipamentos, obras entre outros. Também será composto com um capital de giro no valor de R\$ 5.000,00, que servirá para cobrir os custos e despesas iniciais quando a receita não for alcançada.

QUADRO 5 – INVESTIMENTO FIXO INICIAL

Data	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Depreciação (%)	Crédito Imposto (%)
10/12/2015	Aquisição terreno	1	\$ 150.000,00	0,00	0,00
10/12/2015	Construção	1	\$ 417.260,70	4,00	0,00
10/12/2015	Expositor de bebidas	2	\$ 1.995,00	10,00	0,00
10/12/2015	Geladeira	1	\$ 1.500,00	10,00	0,00
10/12/2015	Freezer	1	\$ 1.400,00	10,00	0,00
10/12/2015	Fogão Industrial	1	\$ 890,00	10,00	0,00
10/12/2015	Liquidificador	2	\$ 80,00	10,00	0,00
10/12/2015	Televisores LED 29"	3	\$ 880,00	10,00	0,00
10/12/2015	Aparelho DVD	1	\$ 100,00	10,00	0,00
10/12/2015	Computador	2	\$ 1.300,00	20,00	0,00
10/12/2015	Aparelho de Som	1	\$ 100,00	10,00	0,00
10/12/2015	Mesa com 4 cadeiras	30	\$ 270,00	10,00	0,00
10/12/2015	Sofás	3	\$ 1.000,00	10,00	0,00
10/12/2015	Copos	250	\$ 3,00	10,00	0,00
10/12/2015	Lixeiras	5	\$ 40,00	10,00	0,00
10/12/2015	Porta Guradanapo	30	\$ 10,00	10,00	0,00
10/12/2015	Utensílios de Cozinha	-	\$ 800,00	10,00	0,00
10/12/2015	Mesa se Sinuca	3	\$ 900,00	10,00	0,00
10/12/2015	Decorações	-	\$ 15.000,00	10,00	0,00
10/12/2015	Despesa de Registro	-	\$ 1.000,00	0,00	0,00
10/12/2015	Outras Despesas	-	\$ 6.000,00	0,00	0,00

Total: \$ 595.690,70

Fonte: Elaborado pela autora (2015)

QUADRO 6 – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Projeção dos resultados

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I
1 Receita Bruta de Vendas	44.560,00	178.240,00	196.064,00	196.064,00	44.560,00	1.907.168,00							
(-) Impostos sobre faturamento	(4.433,72)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(19.508,37)	(19.508,37)	(4.433,72)	(189.763,22)
(-) Comissões e taxas sobre vendas	(4.456,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(19.606,40)	(19.606,40)	(4.456,00)	(190.716,80)
2 (=) Receita Líquida de Vendas	35.670,28	142.681,12	156.949,23	156.949,23	35.670,28	1.526.687,98							
3 (-) Custos de Produção/Entrega	(17.626,49)	(70.505,95)	(77.556,55)	(77.556,55)	(17.626,49)	(754.413,71)							
Compras/Insumos	(17.626,49)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(77.556,55)	(77.556,55)	(17.626,49)	(754.413,71)
Fretes & Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 (=) Lucro Bruto (Margem de Contribuição)	18.043,79	72.175,17	79.392,68	79.392,68	18.043,79	772.274,27							
5 (-) Despesas Operacionais	(47.341,25)	(568.095,00)											
Despesas Administrativas	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(92.133,00)
Equipe Própria (com encargos)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(34.813,50)	(417.762,00)
Terceiros	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(58.200,00)
6 (=) Resultado Operacional (EBITDA/LAJIDA)	(29.297,46)	24.833,92	32.051,43	32.051,43	(29.297,46)	204.179,27							
7 (+/-) Receitas/Despesas não Operacionais	(8.789,45)	(8.673,41)	(8.556,19)	(8.437,78)	(8.318,15)	(8.197,30)	(8.075,23)	(7.951,90)	(7.827,32)	(7.701,47)	(7.574,34)	(7.445,90)	(97.548,45)
(-) Depreciação	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(1.649,45)	(19.793,43)
(+) Outras receitas não operacionais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Taxas/Juros de Financiamentos	(7.140,00)	(7.023,96)	(6.906,74)	(6.788,32)	(6.668,70)	(6.547,85)	(6.425,77)	(6.302,45)	(6.177,87)	(6.052,02)	(5.924,88)	(5.796,45)	(77.755,02)
8 (=) Resultado Tributável	(38.086,91)	16.160,50	16.277,72	16.396,14	16.515,77	16.636,61	16.758,69	16.882,01	17.006,59	24.349,96	24.477,10	(36.743,36)	106.630,82
(-) Imposto sobre Lucro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9 (=) Lucro Líquido	(38.086,91)	16.160,50	16.277,72	16.396,14	16.515,77	16.636,61	16.758,69	16.882,01	17.006,59	24.349,96	24.477,10	(36.743,36)	106.630,82
(-) Dividendos (distribuídos/provisionados)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(48.000,00)
10 (=) Resultado do Exercício	(42.086,91)	12.160,50	12.277,72	12.396,14	12.515,77	12.636,61	12.758,69	12.882,01	13.006,59	20.349,96	20.477,10	(40.743,36)	58.630,82
Margem de Contribuição	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%	40,5%
 Ponto de Equilíbrio Financeiro*	138.617,44	138.330,87	138.041,39	137.748,95	137.453,53	137.155,10	136.853,62	136.549,07	136.241,41	135.930,61	135.616,65	135.299,48	1643.838,13

TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1.907.168,00	2.350.246,00	2.856.659,00	3.474.396,80	4.193.420,54	14.781.890,34
(189.763,22)	(240.430,17)	(320.802,81)	(403.377,47)	(486.856,12)	(1.641.229,78)
(190.716,80)	(235.024,60)	(285.665,90)	(347.439,68)	(419.342,05)	(1.478.189,03)
1.526.687,98	1.874.791,23	2.250.190,29	2.723.579,65	3.287.222,36	11.662.471,53
(754.413,71)	(903.880,44)	(1.075.701,51)	(1.277.957,76)	(1.511.990,99)	(5.523.944,40)
(754.413,71)	(903.880,44)	(1.075.701,51)	(1.277.957,76)	(1.511.990,99)	(5.523.944,40)
-	-	-	-	-	-
772.274,27	970.910,80	1.174.488,79	1.445.621,90	1.775.231,37	6.138.527,13
(568.095,00)	(625.032,80)	(687.397,78)	(756.146,62)	(831.747,10)	(3.468.419,30)
(92.133,00)	(101.346,00)	(111.481,00)	(122.630,20)	(134.888,32)	(562.478,52)
(417.762,00)	(459.666,80)	(505.491,78)	(556.051,42)	(611.648,78)	(2.550.620,78)
(58.200,00)	(64.020,00)	(70.425,00)	(77.465,00)	(85.210,00)	(355.320,00)
204.179,27	345.878,00	487.091,01	689.475,28	943.484,27	2.670.107,83
(97.548,45)	(78.842,63)	(57.714,30)	(33.849,73)	(19.793,43)	(287.748,54)
(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(98.967,14)
-	-	-	-	-	-
(77.755,02)	(59.049,20)	(37.920,87)	(14.056,30)	-	-
106.630,82	267.035,37	429.376,71	655.625,55	923.690,85	2.382.359,29
-	-	-	-	-	-
106.630,82	267.035,37	429.376,71	655.625,55	923.690,85	2.382.359,29
(48.000,00)	(52.800,00)	(58.080,00)	(63.888,00)	(70.276,00)	(293.044,00)
58.630,82	214.235,37	371.296,71	591.737,55	853.414,85	2.089.315,29
40,5%	41,3%	41,1%	41,6%	42,3%	41,5%
1.643.838,13	1.703.843,87	1.812.304,34	1.898.671,29	2.011.494,16	8.590.450,78

4.5.2 Demonstração do resultado do exercício - DRE

Conforme apresentado no Quadro 6, nos meses de janeiro/16 e dezembro/16 a empresa irá obter prejuízo de R\$ 42.086,91 e R\$ 40.743,36 respectivamente. Suas vendas serão 25% menor, devido a sazonalidade. E nos meses de outubro e novembro terá um aumento de 10% nas vendas, obtendo um lucro de R\$ 20.349,96 e R\$ 20.477,10 respectivamente, pois nessa época o clima contribui para frequentar esses ambientes.

A demonstração do resultado do exercício corresponde a todas as despesas e receitas obtidas no mês, que por fim tem-se o resultado do exercício positivo ou negativo.

A seguir é demonstrado o fluxo de caixa, onde apresenta toda a movimentação do mês, as entradas e saídas.

QUADRO 7 – FLUXO DE CAIXA

Projeção de Fluxo de Caixa

	até 31-12-yyyy	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I
A ENTRADAS	760.000,00	15.150,40	75.306,40	134.125,60	178.240,00	178.240,00	178.240,00	178.240,00	178.240,00	178.240,00	184.300,16	190.182,08	144.552,64	1.813.057,28
A.1 Receita de Vendas / Serviços		15.150,40	75.306,40	134.125,60	178.240,00	178.240,00	178.240,00	178.240,00	178.240,00	178.240,00	184.300,16	190.182,08	144.552,64	1.813.057,28
A.2 Empréstimos	700.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A.4 Capital Próprio Investido na E	60.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B SAÍDAS	(595.690,70)	(84.740,26)	(135.205,17)	(158.472,14)	(175.922,36)	(175.922,36)	(175.922,36)	(175.922,36)	(175.922,36)	(175.922,36)	(181.875,45)	(184.202,15)	(135.927,58)	(1.917.251,11)
B.1 Investimentos Fixos	(595.690,70)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Implantação - Investimento Inic	(595.690,70)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.2 Despesas Administrativas		(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(7.677,75)	(92.133,00)
Aluguéis, Condomínios e IPTU		(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(1.927,75)	(23.133,00)
Marketing e Publicidade		(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(3.600,00)
Treinamentos e Viagens		(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(12.000,00)
Manutenção & Conservação		(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(4.800,00)
Seguros		(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(300,00)	(3.600,00)
Água, Luz e Telefone		(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(2.100,00)	(25.200,00)
Outras Despesas		(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(1.650,00)	(19.800,00)
B.3 Remuneração da Equipe		(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(39.663,50)	(475.962,00)
Equipe Própria		(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(25.350,00)	(304.200,00)
Terceiros - Prestadores de Serviços		(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(4.850,00)	(58.200,00)
Encargos Sociais, Alimentação e Transporte		(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(9.463,50)	(113.562,00)
B.4 Custos diretos		(10.449,01)	(47.612,77)	(70.879,73)	(88.329,95)	(88.329,95)	(88.329,95)	(88.329,95)	(88.329,95)	(88.329,95)	(92.509,56)	(94.836,25)	(61.636,33)	(907.903,37)
Despesas de Produção / Entrega		(5.993,01)	(29.788,77)	(53.055,73)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(70.505,95)	(72.903,16)	(75.229,85)	(57.180,33)	(717.186,57)
Comissões e taxas sobre vendas de produtos/s		(4.456,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(17.824,00)	(19.606,40)	(19.606,40)	(4.456,00)	(190.716,80)
B.5 Despesas Tributárias		(4.433,72)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(19.508,37)	(19.508,37)	(4.433,72)	(189.763,22)
Impostos a Pagar		(4.433,72)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(17.734,88)	(19.508,37)	(19.508,37)	(4.433,72)	(189.763,22)
B.6 Despesas Financeiras	-	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(18.516,28)	(203.489,52)
Taxas/Juros de Empréstimos	-	(7.140,00)	(7.023,96)	(6.906,74)	(6.788,32)	(6.668,70)	(6.547,85)	(6.425,77)	(6.302,45)	(6.177,87)	(6.052,02)	(5.924,88)	(5.796,45)	(59.049,20)
Amortização de empréstimos	-	(11.376,28)	(11.492,32)	(11.609,54)	(11.727,96)	(11.847,58)	(11.968,43)	(12.090,50)	(12.213,83)	(12.338,41)	(12.464,26)	(12.591,40)	(12.719,83)	(144.440,32)
B.7 Rendos (Distribuição de lucros)		(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(48.000,00)
C FLUXO DO PERÍODO (A)	164.309,30	(69.589,86)	(59.898,77)	(24.346,54)	2.317,64	2.317,64	2.317,64	2.317,64	2.317,64	2.317,64	2.424,71	5.979,93	8.625,06	(104.193,83)
	164.309,30	94.719,44	34.820,67	10.474,13	12.791,77	15.109,40	17.427,04	19.744,68	22.062,31	24.379,95	26.804,66	32.784,59	41.409,65	41.409,65

TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL	%
1.813.057,28	2.444.356,72	2.856.659,00	3.474.396,80	4.193.420,54	15.541.890,34	100,0%
1.813.057,28	2.444.356,72	2.856.659,00	3.474.396,80	4.193.420,54	14.781.890,34	95,1%
-	-	-	-	-	700.000,00	4,5%
-	-	-	-	-	-	0,0%
					60.000,00	0,4%
(1.917.251,11)	(2.316.590,49)	(2.649.843,34)	(3.071.004,87)	(3.320.212,27)	(13.700.517,21)	100,0%
-	-	-	-	-	(595.690,70)	4,3%
-	-	-	-	-	(595.690,70)	4,3%
-	-	-	-	-	-	0,0%
(92.133,00)	(101.346,00)	(111.481,00)	(122.630,20)	(134.888,32)	(562.478,52)	4,1%
(23.133,00)	(25.446,00)	(27.991,00)	(30.790,00)	(33.869,00)	(141.229,00)	1,0%
(3.600,00)	(3.960,00)	(4.356,00)	(4.792,00)	(5.270,00)	(21.978,00)	0,2%
(12.000,00)	(13.200,00)	(14.520,00)	(15.972,00)	(17.569,00)	(73.261,00)	0,5%
(4.800,00)	(5.280,00)	(5.808,00)	(6.389,00)	(7.028,00)	(29.305,00)	0,2%
(3.600,00)	(3.960,00)	(4.356,00)	(4.792,00)	(5.270,00)	(21.978,00)	0,2%
(25.200,00)	(27.720,00)	(30.492,00)	(33.541,20)	(36.895,32)	(153.848,52)	1,1%
(19.800,00)	(21.780,00)	(23.958,00)	(26.354,00)	(28.987,00)	(120.879,00)	0,9%
(475.962,00)	(523.686,80)	(575.916,78)	(633.516,42)	(696.858,78)	(2.905.940,78)	21,2%
(304.200,00)	(334.720,00)	(368.082,00)	(404.898,00)	(445.382,00)	(1.857.282,00)	13,6%
(58.200,00)	(64.020,00)	(70.425,00)	(77.465,00)	(85.210,00)	(355.320,00)	2,6%
(113.562,00)	(124.946,80)	(137.409,78)	(151.153,42)	(166.266,78)	(693.338,78)	5,1%
(907.903,37)	(1.176.132,18)	(1.361.367,41)	(1.625.397,44)	(1.931.333,04)	(7.002.133,43)	51,1%
(717.186,57)	(941.107,58)	(1.075.701,51)	(1.277.957,76)	(1.511.990,99)	(5.523.944,40)	40,3%
(190.716,80)	(235.024,60)	(285.665,90)	(347.439,68)	(419.342,05)	(1.478.189,03)	10,8%
(189.763,22)	(240.430,17)	(320.802,81)	(403.377,47)	(486.856,12)	(1.641.229,78)	12,0%
(189.763,22)	(240.430,17)	(320.802,81)	(403.377,47)	(486.856,12)	(1.641.229,78)	12,0%
-	-	-	-	-	-	0,0%
(203.489,52)	(222.195,35)	(222.195,35)	(222.195,35)	-	(700.000,00)	5,1%
(59.049,20)	(59.049,20)	(37.920,87)	(14.056,30)	-	-	0,0%
(144.440,32)	(163.146,15)	(184.274,48)	(208.139,05)	-	(700.000,00)	5,1%
(48.000,00)	(52.800,00)	(58.080,00)	(63.888,00)	(70.276,00)	(293.044,00)	2,1%
(104.193,83)	127.766,23	206.815,66	403.391,93	873.208,27	1.841.373,13	11,8%
41.409,65	169.175,87	375.991,53	779.383,46	1.652.591,73	1.841.373,13	

4.5.3 Fluxo de caixa

No fluxo de caixa demonstrado no Quadro 7 é observado um fluxo do período negativo, mas comportado pelo saldo de caixa positivo no primeiro trimestre, devido os recebimentos serem efetuados a vista, 30 e 60 dias, deixando as saídas de caixa maior do que as entradas. Logo, em abril/16 já apresenta o recebimento maior do que os pagamentos gerando um caixa positivo de R\$ 2.317,64. Concluindo que no primeiro ano o *pub* apresentará um fluxo de caixa negativo de R\$ 104.193,83 e o saldo acumulado anual de R\$ 41.409,65. Para finalizar será demonstrado o prazo de retorno do investimento.

4.5.4 Prazo de retorno do investimento (*payback*)

Conforme apresenta o Quadro 8, calcula-se o prazo para recuperar o investimento aplicado no empreendimento.

QUADRO 8 – PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

Análise de Investimento

Pay Back - Tempo de Retorno do Investimento		3 anos			
Atratividade (Valor Presente)					
Taxa mínima requerida de retorno (taxa de atratividade):	20,00% ao ano				
Investimento Inicial*:	(600.690,70)				
Valor Presente (Valor Atual do Fluxo de Caixa):	1.411.454,98				
VALOR PRESENTE LÍQUIDO =	810.764,28				
TIR - Taxa Interna de Retorno		22,2% ao ano			
Projeções de Longo Prazo**	5 anos	10 anos	15 anos	20 anos	
VPL (Valor Presente Líquido) =	810.764,28	1.860.238,33	2.281.998,41	2.451.494,33	
TIR (Taxa Interna de Retorno) =	22%	42%	44%	44%	
Pay back - Retorno do Investimento =	3 ano(s)				

Através do método *payback* é possível avaliar que o tempo necessário para recuperar o investimento será de 3 anos. Como a taxa de retorno esperada era de 20%, e a análise do investimento demonstra superior, é viável e interessante para os sócios a abertura do negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a realização profissional, buscam-se sempre métodos onde se possa avaliar o que se pretende alcançar de forma satisfatória, que é uma caminhada de sucesso. Contudo, a construção de um bom Plano de Negócio é a maneira mais segura de avaliar todos os aspectos que serão fundamentais para atingir o sucesso ou levar ao fracasso do empreendimento.

No presente trabalho, foi realizado um estudo para verificar a viabilidade econômico-financeira para a implantação de um *pub* no município de Morro da Fumaça-SC. Desta forma foram definidos os objetivos, que busca o que se pretende alcançar e chegar a conclusão do estudo.

Para a elaboração do Plano de Negócio, além de definir os objetivos a serem alcançados, também foi abordada toda a fundamentação teórica, para que se possa entender todos os aspectos necessários para a construção do bar, a metodologia utilizada, onde foram aplicados questionários para o público fumacense. Por fim destacando o estudo de caso sobre o referido *pub*.

A ideia da abertura de um *pub* na cidade surgiu devido a falta de opções de lazer, pois no município existem muitos estabelecimentos como lanchonetes e restaurante, porém os moradores precisam de locais mais descontraídos e diferenciados dos já existentes. Com a aplicação do questionário, foi definido o que será necessário para atingir o público alvo.

Os resultados propostos pelo questionário aplicado destacaram-se como a melhor localização do *pub* no centro da cidade, onde o fluxo de pessoas é maior e de fácil acesso. Avaliamos que o público alvo a frequentar o ambiente será o público de 18 a 45 anos, sendo 48% do sexo feminino e 52 % do sexo masculino.

As características essenciais para abertura do estabelecimento foi avaliada conforme o que o público procura um ambiente diferenciado, atendimento de qualidade e preço acessível, estão como os principais itens. Já os estilos musicais preferidos na escolha do *pub*, são o rock, sertanejo e voz e violão. Os petiscos e bebidas mais consumidos serão as porções fritas e tábuas de frios e cervejas.

Para o estudo dos concorrentes, foi verificado estabelecimentos do mesmo ramo do estudo proposto. O que proporcionou uma vantagem para os sócios foi que há somente um no município com as mesmas características. Já os fornecedores foram escolhidos os que apresentam a melhor qualidade e um bom preço.

Também foi composto o quadro de funcionários, que inicialmente contará com 18 membros na equipe, oferecendo de melhor forma os serviços e produtos do *pub*. Entre os produtos oferecidos estão, as cervejas nacionais, cervejas importadas, cervejas especiais, doses e energéticos, água, refrigerante, suco, *chopp*, *drinks* especiais/caipirinha, pratos quentes, tábuas de frios, e porções fritas.

Também foi definido que seu enquadramento será uma sociedade LTDA, composta por dois sócios. E sua tributação será do Regime Simples Nacional, conforme faturamento apresentado.

Estimou-se o montante inicial para dar início as atividades, que servirá para a compra do terreno, construção da obra, compra de máquinas e equipamentos, materiais de uso e consumo, despesas mensais, custos com o produto, projeções futuras entre outros.

Desta forma, avaliando-se todos os aspectos estudados neste trabalho, conclui-se que a implantação de um *pub* na cidade de Morro da Fumaça será viável econômico e financeiramente, e seu valor investido será recuperado no prazo de três anos. Considerando-se também que o estudo realizado servirá para pesquisa de demais trabalhos que venham apresentar o tema proposto.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BANGS JUNIOR, David H. **Guia prático - Planejamento de Marketing**: criando um plano de marketing de sucesso para seu negócio, produto ou serviço. São Paulo: Nobel, 1999.

CAMLOFFSKI, Rodrigo. **Análise de investimentos e viabilidade financeira das empresas**. São Paulo: Atlas, 2014.

CECCONELLO, Antonio Renato. **A construção do plano de negócio**: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento de recursos humanos**: como incrementar talentos na empresa. – 6.ed.2.reimpr.-São Paulo: Atlas, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FRANÇA, Ana Cristina Limongi. **Práticas de Recursos Humanos – PRH**: conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo: Atlas, 2007.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**.12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GROPPELLI, A.A; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

JUNG, Carlos Fernando. **Metodologia para pesquisa e desenvolvimento**: aplicada a novas tecnologias, produtos e processos. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2004.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**.5.Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinheiro Rebouças de. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2014.

SEBRAE.**Serviço brasileiro de apoio a micro e pequenas empresas**: guia dos municípios,2015.Disponível em:https://atendimento.sebraesc.com.br/projetos/portal_sebrae-sc/uploads/pdfs-municipios/relatorio-municipal-morro-da-fumaca.pdf. Acesso em 02/11/2015.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO – PLANO DE NEGÓCIOS – ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICA E FINANCEIRA PARA ABERTURA DE UM PUB NO MUNICÍPIO DE MORRO DA FUMAÇA

Este questionário tem como objetivo verificar a necessidade de abertura de um bar/pub no município de Morro da Fumaça, bem como identificar as necessidades da população local.

Questão 1 - Sexo

Feminino Masculino

Questão 2 – Faixa etária

Até 25 anos 26 a 35 anos 36 a 45 anos Acima de 50 anos

Questão 3 – Estado civil

Solteiro (a) Casado (a) Divorciado (a) Viúvo (a) União estável

Questão 4 – Escolaridade

Ensino Fundamental Ensino médio Ensino superior incompleto Ensino superior completo

Questão 5 – Renda mensal aproximada

Até um salário mínimo Até dois salários mínimos Até três salários mínimos
 Até quatro salários mínimos Acima de quatro salários mínimos

Questão 6 – Com que frequência você vai a um bar/pub?

Não costumo ir toda semana 1 vez na semana 2 vezes na semana

- () 3 vezes na semana () Mais de 3 vezes na semana () Só nos finais de semana
 () Não frequento

Questão 7 – O que você considera mais importante na procura de um bar/pub.

- () Localização () Atratividade do ambiente () Atendimento
 () Preço () Cardápio () Atrativos Extras
 () Diversificação de bebidas

Questão 8 – Você tem preferência por bares próximos ao local que mora?

- () Sim () Não

Questão 9 – Para você, qual seria a melhor localidade do bar?

- () Centro () Linha Barracão () Linha Anta
 () Linha Torrens () Linha Frasson () Outros, qual? _____

Questão 10 – Que estilo de música você aprecia num bar?

- () Música ambiente () MPB () Djs
 () Rock () Voz e Violão () Sertanejo

Questão 11 – Que tipo de promoções você procura num bar?

- () Rodízios () Promoções Variadas () Promoções do Dia
 () Outros, qual? _____

Questão 12 – Quais destes petiscos você costuma comer quando vai a um bar?

- () Carnes em geral () Porções Fritas () Tábuas de frios
 () Filé com fritas () Pratos quentes combinados
 () Outros, qual? _____

Questão 13 – Quais destas bebidas você costuma ingerir quando vai a um bar?

Cerveja Chopp Água Suco natural

Refrigerante

Drinks especiais Ice Caipirinha Vodka e energético

Uísque

Outros, qual? _____

Questão 14 – No caso específico das cervejas, você costuma optar por qual marca?

Skol Brahma Antarctica Original Bohemia

Heineken

Stela Artois Budweiser Outra, qual? _____

Questão 15 – Que características você mais aprecia num bar?

Decorações Bandas O ambiente

Jogos Pratos e Bebidas Outros,

qual? _____

Questão 16 - Qual o valor máximo que você pagaria pelos serviços prestados no pub? (comida, bebidas e shows).

Menos de 30 reais 30 a 50 reais 51 a 100 reais 101 a 150 reais

151 a 200 reais 201 a 250 reais Não tenho valor máximo, faço o

que preciso independente do valor

Questão 17 – Qual a forma de pagamento você optaria?

à vista, em dinheiro Cartão de Débito Crédito a vista Crédito

parcelado em até 2 vezes Cheque

Questão 18 - Qual o veículo de comunicação você considera mais eficiente para receber informações sobre o pub?

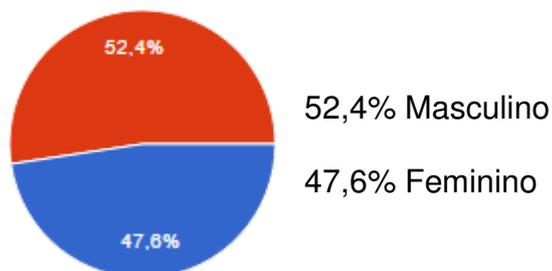
Telefone E-mail Facebook Instagram Outdoor Panfletos

Som automotivo TV Rádio

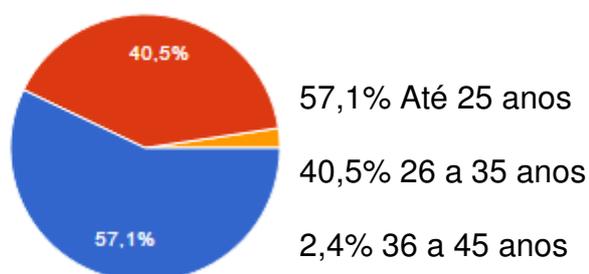
Obrigada pela colaboração!

APÊNDICE B – RESULTADO DO QUESTIONÁRIO

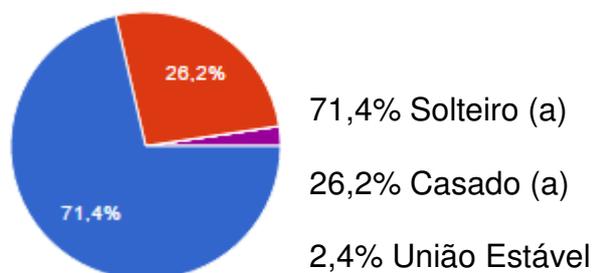
Questão 1 - Sexo



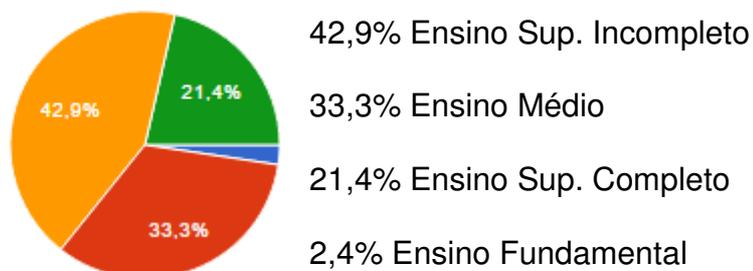
Questão 2 – Faixa etária



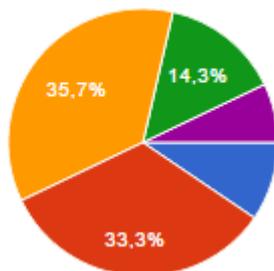
Questão 3 – Estado civil



Questão 4 – Escolaridade



Questão 5 – Renda mensal aproximada



35,7% Até três salários mínimos

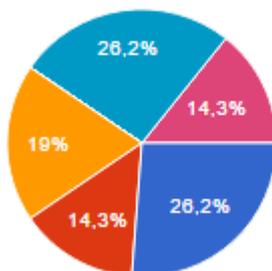
33,3% Até dois salários mínimos

14,3% Até quatro salários mínimos

9,5% Até um salário mínimo

7,1% Acima de quatro salários mínimos

Questão 6 – Com que frequência você vai a um bar/pub?



26,2% Não costumo ir toda semana

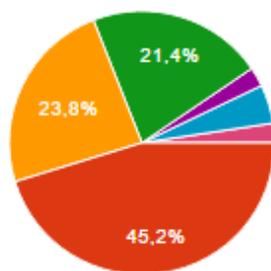
26,2% Só nos finais de semana

19,0% Duas vezes na semana

14,3% Uma vez na semana

14,3% Não frequentam

Questão 7 – O que você considera mais importante na procura de uma bar/pub?



45,2% Atratividade do ambiente

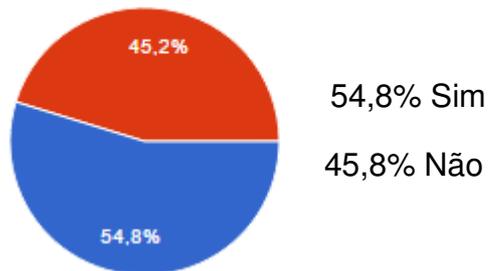
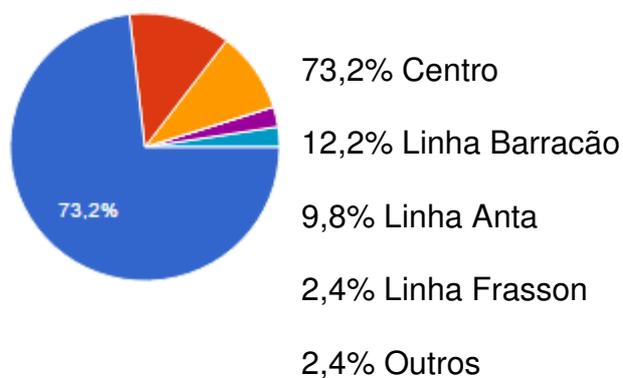
23,8% Atendimento

21,4% Preço

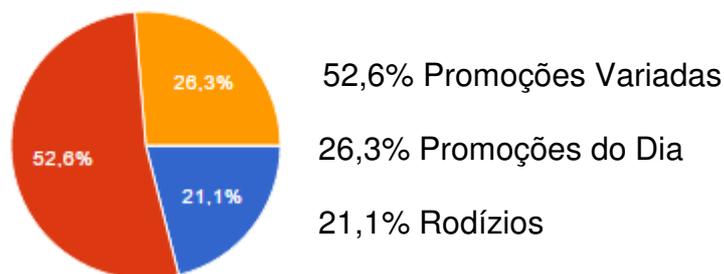
4,8% Atrativos extras

2,4% Cardápio

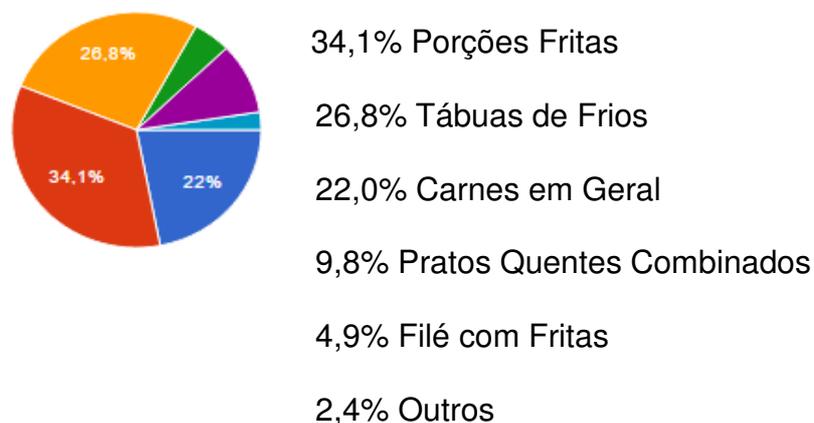
2,4% Diversificação de bebidas

Questão 8 – Você tem preferência por bares próximos ao local que mora?**Questão 9 – Para você, qual seria a melhor localidade do bar?****Questão 10 – Que estilo de musica você aprecia num bar?**

Questão 11 – Que tipo de promoções você procura num bar?



Questão 12 – Quais destes petiscos você costuma comer quando vai a um bar?



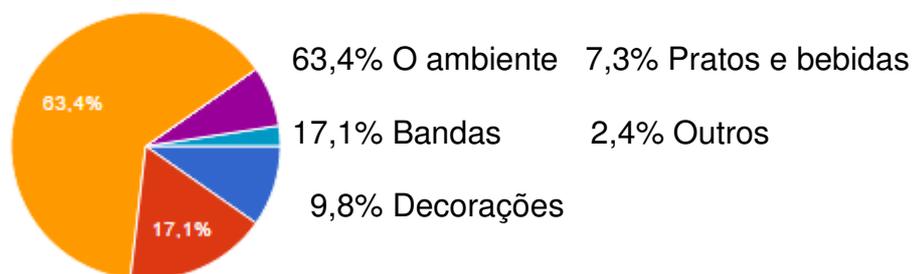
Questão 13 – Quais destas bebidas você costuma ingerir quando vai a um bar?



Questão 14 – No caso específico das cervejas, você costuma optar por qual marca?



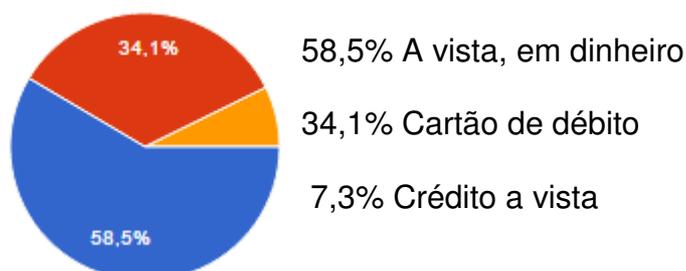
Questão 15 – Que características você mais aprecia num bar?



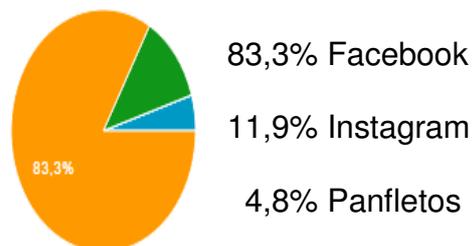
Questão 16 - Qual o valor máximo que você pagaria pelos serviços prestados no pub? (comida, bebidas e shows).



Questão 17 – Qual a forma de pagamento você optaria?



Questão 18 - Qual o veículo de comunicação você considera mais eficiente para receber informações sobre o pub?



ANEXOS

Equipe Própria	Qtde.	Salário Inicial	Valor Inicial
Administrador	2	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
Auxiliar de Cozinha	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
Bartender	3	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00
Chefe de Salão	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Cozinheiro	1	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Garçons	6	\$ 1.200,00	\$ 7.200,00
Operador de Caixa	1	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
Segurança	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -

Número de Colaboradores:

18

Soma das Remunerações (Mês 1):

\$ 25.350,00

Percentual médio de encargos sociais que incidem sobre a remuneração da Equipe Própria: %

Caso a empresa ofereça auxílio alimentação ou transporte, informe os valores na tabela abaixo

Custos de Contratação	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9
Salários	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00
Encargos sociais	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%
Subtotal	\$ 32.701,50								
Despesas com alimentação	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Despesas com transporte	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00
TOTAL	\$ 34.813,50								

Percentual médio de encargos sociais que incidem sobre a remuneração da Equipe Própria: %

Caso a empresa ofereça auxílio alimentação ou transporte, informe os valores na tabela abaixo

Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano I	Total Ano II	Total Ano III	Total Ano IV	Total Ano V
\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 25.350,00	\$ 304.200,00	\$ 334.720,00	\$ 368.082,00	\$ 404.898,00	\$ 445.382,00
29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%	29,00%
\$ 32.701,50	\$ 32.701,50	\$ 32.701,50	\$ 392.418,00	\$ 431.788,80	\$ 474.825,78	\$ 522.318,42	\$ 574.542,78
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 2.112,00	\$ 25.344,00	\$ 27.878,00	\$ 30.666,00	\$ 33.733,00	\$ 37.106,00
\$ 34.813,50	\$ 34.813,50	\$ 34.813,50	\$ 417.762,00	\$ 459.666,80	\$ 505.491,78	\$ 556.051,42	\$ 611.648,78

Terceiros	Qtde.	Remuneração	Valor Inicial
Contabilidade	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Bandas	16	\$ 190,00	\$ 3.040,00
Diarista	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Vigilancia Monitorada	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	0	\$ -	\$ -

Número de contratos:

19

Soma das Remunerações (Mês 1):

\$ 4.850,00

Terceiros	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7
Contabilidade	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Bandas	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00
Diarista	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Vigilância Monitorada	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano I	Ano II
\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00	\$ 17.160,00
\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 36.480,00	\$ 40.128,00
\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.752,00
\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.980,00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Ano III	Ano IV	Ano V
\$ 18.880,00	\$ 20.765,00	\$ 22.840,00
\$ 44.140,00	\$ 48.555,00	\$ 53.410,00
\$ 5.227,00	\$ 5.750,00	\$ 6.325,00
\$ 2.178,00	\$ 2.395,00	\$ 2.635,00
\$ -	\$ -	\$ -

Remuneração dos Sócios - Lucros e Dividendos	Valor Inicial (mês 1)
SOCIO 1	\$ 2.000,00
SOCIO 2	\$ 2.000,00
	\$ -
	\$ -
	\$ -

Remuneração dos Sócios	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7
SOCIO 1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
SOCIO 2	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano I	Ano II
\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00	\$ 26.400,00
\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00	\$ 26.400,00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Ano III	Ano IV	Ano V
\$ 29.040,00	\$ 31.944,00	\$ 35.138,00
\$ 29.040,00	\$ 31.944,00	\$ 35.138,00
\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -

Matéria-prima e outros custos		Custo por unidade de venda
Fretes	\$	-
Embalagens	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-

Tipo de Produto ou Serviço

- Serviço
 Produto de terceiros (compra e revenda)
 Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição:
 Unidade de venda:
 Margem de Lucro Bruta (%): ...

Custos de produção/entrega do produto ou serviço
Preço (de cada unidade de venda):

Preço de venda:
 Preço de venda varia ao longo do tempo
 Preço de venda - Ano II:
 Preço de venda - Ano III:
 Preço de venda - Ano IV:
 Preço de venda - Ano V:

Markup

Markup, também chamado de sobrepreço ou Margem de Lucro Bruta, é o percentual aplicado ao preço de compra de um produto para o cálculo do seu preço de venda.

Preço de venda do produto/serviço:
 Preço de compra do produto/serviço:
 Markup (%): **268,4**

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Tipo de Produto ou Serviço

- Serviço
 Produto de terceiros (compra e revenda)
 Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição:
 Unidade de venda:
 Margem de Lucro Bruta (%): ...

Custos de produção/entrega do produto ou serviço

Matéria-prima e outros custos	Custo por unidade de venda
Fretes	\$ -
Embalagens	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -

Preço (de cada unidade de venda):

Preço de venda:
 Preço de venda varia ao longo do tempo
 Preço de venda - Ano II:
 Preço de venda - Ano III:
 Preço de venda - Ano IV:
 Preço de venda - Ano V:

Markup

Markup, também chamado de sobrepreço ou Margem de Lucro Bruta, é o percentual aplicado ao preço de compra de um produto para o cálculo do seu preço de venda.

Preço de venda do produto/serviço:
 Preço de compra do produto/serviço:
 Markup (%): **220,0**

OK

Cancelar

Modelo de Receitas do Produto/Serviço

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Matéria-prima e outros custos		Custo por unidade de venda
Fretes	\$	-
Embalagens	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-

Tipo de Produto ou Serviço

- Serviço
 Produto de terceiros (compra e revenda)
 Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição:
 Unidade de venda:
 Margem de Lucro Bruta (%):

Custos de produção/entrega do produto ou serviço**Preço (de cada unidade de venda):**

Preço de venda:
 Preço de venda varia ao longo do tempo
 Preço de venda - Ano II:
 Preço de venda - Ano III:
 Preço de venda - Ano IV:
 Preço de venda - Ano V:

Markup

Markup, também chamado de sobrepreço ou Margem de Lucro Bruta, é o percentual aplicado ao preço de compra de um produto para o cálculo do seu preço de venda.

Preço de venda do produto/serviço:
 Preço de compra do produto/serviço:
 Markup (%): **122,2**

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Tipo de Produto ou Serviço

Serviço
 Produto de terceiros (compra e revenda)
 Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição:
 Unidade de venda:
 Margem de Lucro Bruta (%): ...

Custos de produção/entrega do produto ou serviço

Matéria-prima e outros custos	Custo por unidade de venda
Fretes	\$ -
Embalagens	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -

Preço (de cada unidade de venda):

Preço de venda:
 Preço de venda varia ao longo do tempo
 Preço de venda - Ano II:
 Preço de venda - Ano III:
 Preço de venda - Ano IV:
 Preço de venda - Ano V:

Markup

Markup, também chamado de sobrepreço ou Margem de Lucro Bruta, é o percentual aplicado ao preço de compra de um produto para o cálculo do seu preço de venda.

Preço de venda do produto/serviço:
 Preço de compra do produto/serviço:
 Markup (%): **200,0**

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Matéria-prima e outros custos		Custo por unidade de venda
Fretes	\$	-
Embalagens	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-
	\$	-

Tipo de Produto ou Serviço

- Serviço
 Produto de terceiros (compra e revenda)
 Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição:
 Unidade de venda:
 Margem de Lucro Bruta (%):

Custos de produção/entrega do produto ou serviço

Preço (de cada unidade de venda):

Preço de venda:
 Preço de venda varia ao longo do tempo
 Preço de venda - Ano II:
 Preço de venda - Ano III:
 Preço de venda - Ano IV:
 Preço de venda - Ano V:

Markup

Markup, também chamado de sobrepreço ou Margem de Lucro Bruta, é o percentual aplicado ao preço de compra de um produto para o cálculo do seu preço de venda.

Preço de venda do produto/serviço:
 Preço de compra do produto/serviço:
 Markup (%): **100,0**

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos
Tipo de Produto ou Serviço

- Serviço
 Produto de terceiros (compra e revenda)
 Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição:
 Unidade de venda:
 Margem de Lucro Bruta (%):

Custos de produção/entrega do produto ou serviço

Matéria-prima e outros custos	Custo por unidade de venda
Fretes	\$ -
Embalagens	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -
	\$ -

Preço (de cada unidade de venda):

Preço de venda:
 Preço de venda varia ao longo do tempo
 Preço de venda - Ano II:
 Preço de venda - Ano III:
 Preço de venda - Ano IV:
 Preço de venda - Ano V:

Markup

Markup, também chamado de sobrepreço ou Margem de Lucro Bruta, é o percentual aplicado ao preço de compra de um produto para o cálculo do seu preço de venda.

Preço de venda do produto/serviço:

Preço de compra do produto/serviço:

Markup (%): **100,0**

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Matéria-prima e outros custos		Custo por unidade de venda
Fretes	\$	-
Embalagens	\$	-
Fruta	\$	0,50
Açúcar	\$	0,05
Gelo	\$	0,35
Bebidas Alcoolicas	\$	2,50
Outros	\$	0,20
	\$	-
	\$	-
	\$	-

Tipo de Produto ou Serviço		Identificação do Produto ou serviço	
<input type="radio"/> Serviço		Nome/Descrição:	Drinks Especiais/Caipirinhas
<input type="radio"/> Produto de terceiros (compra e revenda)		Unidade de venda:	UN
<input checked="" type="radio"/> Fabricação própria (produto industrializado)		Margem de Lucro Bruta (%):	0,0 ...

Custos de produção/entrega do produto ou serviço		Preço (de cada unidade de venda):	
		Preço de venda:	12,00
		<input checked="" type="checkbox"/> Preço de venda varia ao longo do tempo	
		Preço de venda - Ano II:	13,50
		Preço de venda - Ano III:	15,00
		Preço de venda - Ano IV:	16,50
		Preço de venda - Ano V:	18,00

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Matéria-prima e outros custos		Custo por unidade de venda
Fretes	\$	-
Embalagens	\$	-
Salada Verde	\$	0,38
Batatas	\$	0,48
Carne/Frango	\$	1,76
Arroz	\$	0,09
Molho	\$	1,50
	\$	-
	\$	-
	\$	-

Tipo de Produto ou Serviço		Identificação do Produto ou serviço	
<input type="radio"/> Serviço		Nome/Descrição:	Pratos Quentes
<input type="radio"/> Produto de terceiros (compra e revenda)		Unidade de venda:	UN
<input checked="" type="radio"/> Fabricação própria (produto industrializado)		Margem de Lucro Bruta (%):	0,0 ...

Custos de produção/entrega do produto ou serviço		Preço (de cada unidade de venda):	
		Preço de venda:	28,00
		<input checked="" type="checkbox"/> Preço de venda varia ao longo do tempo	
		Preço de venda - Ano II:	31,00
		Preço de venda - Ano III:	33,00
		Preço de venda - Ano IV:	37,00
		Preço de venda - Ano V:	41,00

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Tipo de Produto ou Serviço

- Serviço
- Produto de terceiros (compra e revenda)
- Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição: Tábuas de Frios

Unidade de venda: UN

Margem de Lucro Bruta (%): 0,0 ...

Custos de produção/entrega do produto ou serviço

Matéria-prima e outros custos	Custo por unidade de venda
Fretes	\$ -
Embalagens	\$ -
Salame	\$ 6,50
Queijo	\$ 2,00
Lombo	\$ 8,00
Pão	\$ 1,20
Pepino	\$ 4,50
Ovo de Codorna	\$ 5,50
Azeitona	\$ 1,20
Cebola a milanesa	\$ 1,00

Preço (de cada unidade de venda):

Preço de venda: 42,00

 Preço de venda varia ao longo do tempo

Preço de venda - Ano II: 46,00

Preço de venda - Ano III: 50,00

Preço de venda - Ano IV: 55,00

Preço de venda - Ano V: 60,00

Características do produto/serviço, preço de comercialização e custos envolvidos

Tipo de Produto ou Serviço

- Serviço
- Produto de terceiros (compra e revenda)
- Fabricação própria (produto industrializado)

Identificação do Produto ou serviço

Nome/Descrição: Porções Fritas

Unidade de venda: UN

Margem de Lucro Bruta (%): 0,0 ...

Custos de produção/entrega do produto ou serviço

Matéria-prima e outros custos	Custo por unidade de venda
Fretes	\$ -
Embalagens	\$ -
Polenta	\$ 1,28
Coração	\$ 2,40
Aipim	\$ 1,28
Batata	\$ 0,77
Frango	\$ 1,12
Azeite	\$ 0,74
Sal	\$ 0,02
	\$ -

Preço (de cada unidade de venda):

Preço de venda: 15,00

 Preço de venda varia ao longo do tempo

Preço de venda - Ano II: 16,50

Preço de venda - Ano III: 18,00

Preço de venda - Ano IV: 20,00

Preço de venda - Ano V: 22,00

Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV
4000	4000	4400	4400	1000	42800	47080	51788	56967
4000	4000	4400	4400	1000	42800	47080	51788	56967
1600	1600	1760	1760	400	17120	18832	20715	22786
800	800	880	880	200	8560	9416	10358	11393
1200	1200	1320	1320	300	12840	14124	15536	17090
3200	3200	3520	3520	800	34240	37664	41430	45573
800	800	880	880	200	8560	9416	10358	11393
480	480	528	528	120	5136	5650	6215	6836
400	400	440	440	100	4280	4708	5179	5697
400	400	440	440	100	4280	4708	5179	5697
Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Ano V
62663
62663
25065
12533
18799
50130
12533
7520
6266
6266
Ano IV

Receitas Operacionais	% À vista	% 30 dias	% 60 dias	% 90 dias	Total
Cervejas Nacionais	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Cervejas Importadas	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Cervejas Especiais	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Doses e Energéticos	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Águas/Refrigerantes/Sucos	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Chopp	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Drinks Especiais/Caipirinhas	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Pratos Quentes	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Tábuas de Frios	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00
Porções Fritas	34,00	33,00	33,00	0,00	100,00

Sobre o lucro apurado	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Alíquota média de impostos sobre o lucro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sobre vendas de produtos e serviços	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Cervejas Nacionais	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Cervejas Importadas	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Cervejas Especiais	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Doses e Energéticos	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Águas/Refrigerantes/Sucos	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Chopp	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Drinks Especiais/Caipirinhas	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Pratos Quentes	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Tábuas de Frios	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61
Porções Fritas	9,95	10,23	11,23	11,61	11,61

Use os campos abaixo para indicar fontes de recursos utilizadas para cobrir necessidades de investimento e para configurar a gestão financeira do empreendimento.

Fontes de Recursos Financeiros

Capital próprio investido pelos sócios:	\$	<input type="text" value="60.000,00"/>
Saldo em caixa (patrimônio líquido da empresa):	\$	<input type="text" value="0,00"/>
Doações:	\$	<input type="text" value="0,00"/>
Outras fontes:	\$	<input type="text" value="0,00"/>
Empréstimos requisitados:		<input type="text" value="Um Empréstimo"/>

Capital de Giro (reserva de recursos financeiros):	\$	<input type="text" value="5.000,00"/>
Taxa mínima requerida para retorno do investimento (taxa de atratividade):		<input type="text" value="20,00"/> % ao ano

Descrição:	<input type="text" value="Empréstimo 1"/>
Valor (\$):	<input type="text" value="700.000,00"/>
Data Entrada:	<input type="text" value="01/12/2015"/>

Prazos

Período de Carência:	<input type="text" value="0"/>	mes(es)	
Período de Amortização:	<input type="text" value="48"/>	mes(es)	Período Total : 48 mes(es)

Juros e Correção Monetária

Juros:	<input type="text" value="1,0200"/>	<input type="text" value="..."/>	% a.m.	Correção:	<input type="text" value="0,0000"/>	<input type="text" value="..."/>	% a.m.
<input type="checkbox"/> Serão pagos durante a carência				<input type="checkbox"/> Serão pagos durante a carência			

Sistema de amortização (juros):

Cenários permitem realizar análises de sensibilidade e responder perguntas do tipo: o que aconteceria com as projeções financeiras se as receitas fossem 20% maiores que as informadas? E se os custos fixos fossem 10% menores?

Utilize os campos abaixo para construir e avaliar até dois cenários alternativos.

Faturamento (receitas de vendas):	<input type="text" value="10"/>	%	Maior	▼
Investimento inicial:	<input type="text" value="10"/>	%	Menor	▼
Alíquota de comissões sobre as vendas:	<input type="text" value="10"/>	%	Menor	▼
Alíquota de impostos sobre faturamento:	<input type="text"/>	%		
Alíquota de impostos sobre lucro:	<input type="text"/>	%		
Equipe (salários e encargos):	<input type="text" value="10"/>	%	Menor	▼
Despesas Administrativas:	<input type="text" value="10"/>	%	Menor	▼
Preço médio de insumos:	<input type="text" value="10"/>	%	Menor	▼
Preço médio de fretes e embalagens:	<input type="text"/>	%		
Despesas com Juros e amortizações:	<input type="text" value="10"/>	%	Menor	▼

Cenários permitem realizar análises de sensibilidade e responder perguntas do tipo: o que aconteceria com as projeções financeiras se as receitas fossem 20% maiores que as informadas? E se os custos fixos fossem 10% menores?

Utilize os campos abaixo para construir e avaliar até dois cenários alternativos.

Faturamento (receitas de vendas):	<input type="text" value="10"/>	%	Menor	▼
Investimento inicial:	<input type="text" value="10"/>	%	Maior	▼
Alíquota de comissões sobre as vendas:	<input type="text" value="10"/>	%	Maior	▼
Alíquota de impostos sobre faturamento:	<input type="text"/>	%		
Alíquota de impostos sobre lucro:	<input type="text"/>	%		
Equipe (salários e encargos):	<input type="text" value="10"/>	%	Maior	▼
Despesas Administrativas:	<input type="text" value="10"/>	%	Maior	▼
Preço médio de insumos:	<input type="text" value="10"/>	%	Maior	▼
Preço médio de fretes e embalagens:	<input type="text"/>	%		
Despesas com Juros e amortizações:	<input type="text" value="10"/>	%	Maior	▼

Despesas

		jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
	Crédito de impostos																		
1	Água, Luz e Telefone	0,0%	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	25.200,00	27.720,00	30.492,00	33.541,20	36.895,32	153.848,52
2	Aluguéis, Condomínios e IPTU	0,0%	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	1.927,75	23.133,00	25.446,00	27.991,00	30.790,00	33.869,00	141.229,00
3	Marketing & Publicidade	0,0%	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.792,00	5.270,00	21.978,00
4	Internet	0,0%	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.396,00	2.635,00	10.989,00
5	Material de Escritório	0,0%	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.396,00	2.635,00	10.989,00
6	Treinamentos e Viagens	0,0%	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	13.200,00	14.520,00	15.972,00	17.569,00	73.261,00
7	Manutenção & Conservação	0,0%	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.280,00	5.808,00	6.389,00	7.028,00	29.305,00
8	Seguros	0,0%	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.792,00	5.270,00	21.978,00
9	Assinatura TV	0,0%	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.396,00	2.635,00	10.989,00
10	Gás	0,0%	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00	9.240,00	10.164,00	11.180,00	12.298,00	51.282,00
11	Tarifas Bancárias	0,0%	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.300,00	3.630,00	3.993,00	4.392,00	18.315,00
12	Material de Limpeza	0,0%	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.300,00	3.630,00	3.993,00	4.392,00	18.315,00
18		0,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	TOTALS		7.677,75	92.133,00	101.346,00	111.481,00	122.630,20	134.888,32	562.478,52										

Equipe

		jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
A	EQUIPE PRÓPRIA	qtde	25.350,00	304.200,00	334.720,00	368.082,00	404.898,00	445.382,00	1.857.282,00										
A.1	Administrador	2	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60.000,00	66.000,00	72.600,00	79.860,00	87.846,00	366.306,00
A.2	Auxiliar de Cozinha	2	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	28.800,00	31.680,00	34.948,00	38.333,00	42.166,00	175.827,00
A.3	Bartender	3	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	43.200,00	47.520,00	52.272,00	57.500,00	63.250,00	263.742,00
A.4	Chefe de Salão	1	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	21.600,00	23.760,00	26.136,00	28.750,00	31.625,00	131.871,00
A.5	Cozinheiro	1	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	19.200,00	21.120,00	23.232,00	25.555,00	28.110,00	117.217,00
A.6	Garçons	6	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	86.400,00	95.140,00	104.544,00	115.000,00	126.500,00	527.584,00
A.7	Operador de Caixa	1	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	13.800,00	15.180,00	16.700,00	18.370,00	20.205,00	84.255,00
A.8	Segurança	2	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	31.200,00	34.320,00	37.750,00	41.530,00	45.680,00	190.480,00
	ENCARGOS SOCIAIS	29,00%	7.351,50	88.218,00	97.068,80	106.743,78	117.420,42	129.160,78	638.811,78										
	DESPESAS COM ALIMENTAÇÃO & TRANSPORTE		2.112,00	25.344,00	27.878,00	30.666,00	33.733,00	37.106,00	154.727,00										
	TOTAL		34.813,50	417.762,00	459.666,80	505.491,78	556.051,42	611.648,78	2.550.620,78										
B	TERCEIROS - PRESTADORES DE SERVIÇO	qtde	4.850,00	58.200,00	64.020,00	70.425,00	77.465,00	85.210,00	355.320,00										
B.1	Contabilidade	1	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	15.600,00	17.160,00	18.880,00	20.765,00	22.840,00	95.245,00
B.2	Bandas	16	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	3.040,00	36.480,00	40.128,00	44.140,00	48.555,00	53.410,00	222.713,00
B.3	Diarista	1	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	4.320,00	4.752,00	5.227,00	5.750,00	6.325,00	26.374,00
B.4	Vigilância Monitorada	1	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,00	2.635,00	10.988,00
C	DIVIDENDOS/DISTRIBUIÇÃO DOS LUCROS		4.000,00	48.000,00	52.800,00	58.080,00	63.888,00	70.276,00	293.044,00										
C.1	SOCIO 1		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00	26.400,00	29.040,00	31.944,00	35.138,00	146.522,00
C.2	SOCIO 2		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00	26.400,00	29.040,00	31.944,00	35.138,00	146.522,00
	TOTAIS (A + B + C + Encargos Sociais)		\$ 43.663,50	\$ 523.962,00	\$ 576.486,80	\$ 633.996,78	\$ 697.404,42	\$ 767.134,78	\$ 3.198.984,78										

Compras e Insumos

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL	
A Compras / Insumos	17.626,49	70.505,95	77.556,55	77.556,55	17.626,49	754.413,71	903.880,44	1.075.701,51	1.277.957,76	1.511.990,99	5.523.944,40								
B Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
C Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.215.827,37	
D TOTAL (Compras/Insumos + Fretes + Embalagens)	17.626,49	70.505,95	77.556,55	77.556,55	17.626,49	754.413,71	903.880,44	1.075.701,51	1.277.957,76	1.511.990,99	15.739.771,77								
D.1 Cervejas Nacionais	1.900,11	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	8.360,48	8.360,48	1.900,11	81.324,65	102.236,70	126.517,92	154.633,01	187.105,94	651.818,21	
D.2 Cervejas Importadas	2.500,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	11.000,00	11.000,00	2.500,00	107.000,00	132.412,50	161.837,50	195.823,38	234.988,05	832.061,43	
D.3 Cervejas Especiais	1.800,18	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.920,79	7.920,79	1.800,18	77.047,70	93.227,72	111.872,19	138.438,79	169.205,67	589.792,08	
D.4 Doses e Energéticos	1.200,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	5.280,00	5.280,00	1.200,00	51.360,00	62.773,33	75.958,67	91.144,00	110.708,17	391.944,17	
D.5 Aguas/Refrigerantes/Sucos	450,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.900,00	1.900,00	450,00	19.260,00	24.717,00	31.072,00	38.452,50	46.997,50	160.499,00	
D.6 Chopp	4.800,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	21.120,00	21.120,00	4.800,00	205.440,00	254.232,00	310.725,00	375.977,25	451.170,00	1.597.544,25	
D.7 Drinks Especiais/Caipirinhas	720,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	3.168,00	3.168,00	720,00	30.816,00	33.897,60	37.288,80	41.014,80	45.118,80	188.136,00	
D.8 Pratos Quentes	505,20	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.222,88	2.222,88	505,20	21.622,56	23.786,50	26.165,15	28.779,56	31.659,20	132.012,97	
D.9 Tábuas de Frios	2.990,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	13.156,00	13.156,00	2.990,00	127.972,00	140.769,20	154.852,10	170.340,30	187.353,40	781.287,00	
D.10 Porções Fritas	761,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.348,40	3.348,40	761,00	32.570,80	35.827,88	39.412,19	43.354,17	47.684,26	198.849,30	
E PAGAMENTO DOS FORNECEDORES A Vista 30 Dias 60 dias 90 dias	5.993,01	29.788,77	53.056,73	70.505,95	70.505,95	70.505,95	70.505,95	70.505,95	70.505,95	72.903,16	75.229,85	57.180,33	717.186,57	941.107,58	1.075.701,51	1.277.957,76	1.511.990,99	5.523.944,40	
E.1 Cervejas Nacionais	34% 33% 33% 0%	646,04	3.211,18	5.719,33	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.600,43	7.858,85	8.109,66	6.163,95	77.311,62	106.249,73	126.517,92	154.633,01	187.105,94	651.818,21
E.2 Cervejas Importadas	34% 33% 33% 0%	850,00	4.225,00	7.525,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.340,00	10.670,00	8.110,00	101.720,00	137.692,50	161.837,50	195.823,38	234.988,05	832.061,43	
E.3 Cervejas Especiais	34% 33% 33% 0%	612,06	3.042,30	5.418,54	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.200,72	7.445,54	7.683,17	5.839,78	73.245,72	97.029,70	111.872,19	138.438,79	169.205,67	589.792,08	
E.4 Doses e Energéticos	34% 33% 33% 0%	408,00	2.028,00	3.612,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.963,20	5.121,60	3.892,80	48.825,60	65.307,73	75.958,67	91.144,00	110.708,17	391.944,17	
E.5 Aguas/Refrigerantes/Sucos	34% 33% 33% 0%	153,00	760,50	1.354,50	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.861,20	1.920,60	1.459,80	18.308,60	25.667,40	31.072,00	38.452,50	46.997,50	160.499,00	
E.6 Chopp	34% 33% 33% 0%	1.632,00	8.112,00	14.448,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.200,00	19.852,80	20.486,40	15.571,20	195.302,40	264.369,60	310.725,00	375.977,25	451.170,00	1.597.544,25	
E.7 Drinks Especiais/Caipirinhas	34% 33% 33% 0%	244,80	1.216,80	2.167,20	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.977,92	3.072,96	2.335,68	29.295,36	35.418,24	37.288,80	41.014,80	45.118,80	188.136,00	
E.8 Pratos Quentes	34% 33% 33% 0%	171,77	853,79	1.520,65	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.020,80	2.089,51	2.156,19	1.638,87	20.555,58	24.853,48	26.165,15	28.779,56	31.659,20	132.012,97	
E.9 Tábuas de Frios	34% 33% 33% 0%	1.016,60	5.053,10	8.999,90	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	12.366,64	12.761,32	9.699,56	121.657,12	147.084,08	154.852,10	170.340,30	187.353,40	781.287,00	
E.10 Porções Fritas	34% 33% 33% 0%	258,74	1.286,09	2.280,51	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.044,00	3.147,50	3.247,95	2.468,68	30.963,57	37.435,11	39.412,19	43.354,17	47.684,26	198.849,30	

Impostos e Taxas

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
A Impostos sobre Faturamento	4.433,72	17.734,88	19.508,37	19.508,37	4.433,72	189.763,22	240.430,17	320.802,81	403.377,47	486.856,12	1.641.229,78							
A.1 Cervejas Nacionais	696,50	2.786,00	2.786,00	2.786,00	2.786,00	2.786,00	2.786,00	2.786,00	2.786,00	3.064,60	3.064,60	696,50	29.810,20	38.530,27	52.342,13	66.138,45	80.027,53	266.848,59
A.2 Cervejas Importadas	796,00	3.184,00	3.184,00	3.184,00	3.184,00	3.184,00	3.184,00	3.184,00	3.184,00	3.502,40	3.502,40	796,00	34.068,80	43.346,56	58.157,92	72.752,30	87.302,76	295.628,34
A.3 Cervejas Especiais	398,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.592,00	1.751,20	1.751,20	398,00	17.034,40	21.191,65	27.915,53	35.713,64	43.650,70	145.505,92
A.4 Doses e Energéticos	358,20	1.432,80	1.432,80	1.432,80	1.432,80	1.432,80	1.432,80	1.432,80	1.432,80	1.576,08	1.576,08	358,20	15.330,96	19.265,14	25.590,47	31.745,46	38.559,65	130.491,68
A.5 Aguas/Refrigerantes/Sucos	89,55	358,20	358,20	358,20	358,20	358,20	358,20	358,20	358,20	394,02	394,02	89,55	3.832,74	5.057,10	6.978,77	8.928,67	10.912,82	35.710,10
A.6 Chopp	955,20	3.820,80	3.820,80	3.820,80	3.820,80	3.820,80	3.820,80	3.820,80	3.820,80	4.202,88	4.202,88	955,20	40.882,56	52.015,87	69.788,84	87.301,92	104.761,67	354.750,85
A.7 Drinks Especiais/Caipirinhas	238,80	955,20	955,20	955,20	955,20	955,20	955,20	955,20	955,20	1.050,72	1.050,72	238,80	10.220,64	13.003,97	17.448,05	21.825,00	26.191,46	88.689,12
A.8 Pratos Quentes	334,32	1.337,28	1.337,28	1.337,28	1.337,28	1.337,28	1.337,28	1.337,28	1.337,28	1.471,01	1.471,01	334,32	14.308,90	17.917,85	23.032,17	29.365,41	35.795,95	120.420,27
A.9 Tábua de Frios	417,90	1.671,60	1.671,60	1.671,60	1.671,60	1.671,60	1.671,60	1.671,60	1.671,60	1.838,76	1.838,76	417,90	17.886,12	22.154,91	29.080,09	36.378,19	43.648,96	149.148,26
A.10 Porções Fritas	149,25	597,00	597,00	597,00	597,00	597,00	597,00	597,00	597,00	656,70	656,70	149,25	6.387,90	7.946,87	10.468,83	13.228,43	16.004,62	54.036,65
B Créditos Tributários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.1 Impostos sobre Compras / Insumos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.2 Impostos sobre Investimentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B.3 Impostos sobre Despesas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C Crédito tributário de períodos anteriores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL - IMPOSTOS A PAGAR	4.433,72	17.734,88	19.508,37	19.508,37	4.433,72	189.763,22	240.430,17	320.802,81	403.377,47	486.856,12	1.641.229,78							

Financiamento

		Empréstimo 1	
	Valor do financiamento	700.000,00	
	Data do recebimento	dez-2015	
	Período de carência	0 meses	
	Juros + Correção Monetária (ao mês)	1,02%	
	Número de parcelas mensais	48	
	Sistema de amortização	PRICE	TOTAIS
Até 31-12-yyyy	Recebimentos	700.000,00	700.000,00
	Pagamentos	-	-
	Juros	-	-
	Amortização	-	-
	Saldo Devedor =	700.000,00	700.000,00
Ano I	Recebimentos	-	-
	Pagamentos	222.195,35	222.195,35
	Juros	77.755,02	77.755,02
	Amortização	144.440,32	144.440,32
	Saldo Devedor =	555.559,68	555.559,68
Ano II	Recebimentos	-	-
	Pagamentos	222.195,35	222.195,35
	Juros	59.049,20	59.049,20
	Amortização	163.146,15	163.146,15
	Saldo Devedor =	392.413,53	392.413,53
Ano III	Recebimentos	-	-
	Pagamentos	222.195,35	222.195,35
	Juros	37.920,87	37.920,87
	Amortização	184.274,48	184.274,48
	Saldo Devedor =	208.139,05	208.139,05
Ano IV	Recebimentos	-	-
	Pagamentos	222.195,35	222.195,35
	Juros	14.056,30	14.056,30
	Amortização	208.139,05	208.139,05
	Saldo Devedor =	-	-
Ano V	Recebimentos	-	-
	Pagamentos	-	-
	Juros	-	-
	Amortização	-	-
	Saldo Devedor =	-	-
TOTAIS	Recebimentos	700.000,00	700.000,00
	Pagamentos	888.781,40	888.781,40
	Juros	188.781,40	188.781,40
	Amortização	700.000,00	700.000,00
	Saldo Devedor =	-	-

Análise de Sensibilidade (Cenário A)

PREMISSAS - Variações em relação aos valores informados no projeto

Faturamento	x	1,10
Investimento inicial	x	0,90
% de comissões sobre as vendas	x	0,90
Alíquota de impostos sobre faturamento	x	1,00
Alíquota de impostos sobre lucro	x	1,00
Equipe (salários e encargos)	x	0,90
Despesas Administrativas	x	0,90
Preço médio de insumos	x	0,90
Preço médio de fretes & embalagens	x	1,00
Despesas com juros e amortizações	x	0,90

Análise de Investimento

Pay Back - Retorno do Investimento		2 ano(s)		
Atratividade				
Taxa de atratividade:	20,00% ao ano			
Investimento Inicial:	(540.621,63)			
Valor Presente:	2.429.119,41			
VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) =	1.888.497,78			
TIR - Taxa Interna de Retorno:		68,9%		
Projeções de Longo Prazo				
	5 anos	10 anos	15 anos	20 anos
VPL	1.888.497,78	3.496.384,18	4.142.567,66	4.402.240,29
TIR	69%	79%	80%	80%
Pay Back - Retorno do Investimento :		2 ano(s)		

	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	2.097.884,80	2.585.270,60	3.142.324,90	3.821.836,48	4.612.762,59	16.260.079,37
(-) Impostos sobre faturamento	(208.739,54)	(264.473,18)	(352.883,09)	(443.715,22)	(535.541,74)	(1.805.352,76)
(-) Comissões e taxas sobre vendas	(171.645,12)	(211.522,14)	(257.099,31)	(312.695,71)	(377.407,85)	(1.330.370,13)
2 (=) Receita Líquida de Vendas	1.717.500,14	2.109.275,28	2.532.342,50	3.065.425,55	3.699.813,01	13.124.356,48
3 (-) Custos de Produção/Entrega	(678.972,34)	(813.492,39)	(968.131,36)	(1.150.161,98)	(1.360.791,89)	(4.971.549,96)
Compras/Insumos	(678.972,34)	(813.492,39)	(968.131,36)	(1.150.161,98)	(1.360.791,89)	(4.971.549,96)
Fretes & Embalagens	-	-	-	-	-	-
4 (=) Lucro Bruto (Margem de Contribuição)	1.038.527,80	1.295.782,89	1.564.211,15	1.915.263,57	2.339.021,12	8.152.806,53
5 (-) Despesas Operacionais	(517.105,50)	(568.931,52)	(625.700,50)	(688.278,46)	(757.093,39)	(3.167.109,37)
Despesas Administrativas	(82.919,70)	(91.211,40)	(100.332,90)	(110.367,18)	(121.399,49)	(506.230,67)
Equipe Própria (com encargos)	(375.985,80)	(413.700,12)	(454.942,60)	(500.446,28)	(550.483,90)	(2.295.558,70)
Terceiros	(58.200,00)	(64.020,00)	(70.425,00)	(77.465,00)	(85.210,00)	(355.320,00)
6 (=) Resultado Operacional (EBITDA/LAJIDA)	521.422,30	726.851,37	938.510,64	1.226.985,11	1.581.927,73	4.995.697,16
7 (+/-) Receitas/Despesas não Operacionais	(89.772,95)	(72.937,71)	(53.922,21)	(32.444,10)	(19.793,43)	(268.870,40)
(-) Depreciação	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(98.967,14)
(+) Outras receitas não operacionais	-	-	-	-	-	-
(-) Taxas/Juros de Financiamentos	(69.979,52)	(53.144,28)	(34.128,78)	(12.650,67)	-	(169.903,26)
8 (=) Resultado Tributável	431.649,35	653.913,66	884.588,43	1.194.541,02	1.562.134,30	4.726.826,76
(-) Imposto sobre Lucro	-	-	-	-	-	-
9 (=) Lucro Líquido	431.649,35	653.913,66	884.588,43	1.194.541,02	1.562.134,30	4.726.826,76
(-) Dividendos (distribuídos/provisionados)	(48.000,00)	(58.000,00)	(63.888,00)	(70.276,00)	(79.044,00)	(293.044,00)
10 (=) Resultado do Exercício	383.649,35	601.113,66	820.700,43	1.130.653,02	1.491.858,30	4.433.782,76
Margem de Contribuição	49,5%	50,1%	49,8%	50,1%	50,7%	50,1%
Ponto de Equilíbrio Financeiro*	1.225.928,74	1.280.620,13	1.365.285,87	1.438.174,78	1.532.091,53	6.832.825,33

*Aproximado. Valor exato depende da distribuição das vendas entre os produtos e serviços e da variação dos custos de produção e despesas administrativas em relação ao volume de vendas

	até 31-12-YYYY	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL	%
A ENTRADAS	760.000,00	1.994.363,01	2.688.792,39	3.142.324,90	3.821.836,48	4.612.762,59	17.020.079,37	100,0%
A.1 Receita de Vendas / Serviços	-	1.994.363,01	2.688.792,39	3.142.324,90	3.821.836,48	4.612.762,59	16.260.079,37	95,5%
A.2 Empréstimos	700.000,00	-	-	-	-	-	700.000,00	4,1%
A.3 Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	0,0%
A.4 Capital Próprio Investido na Empresa	60.000,00	-	-	-	-	-	60.000,00	0,4%
B SAÍDAS	(536.121,63)	(1.892.664,82)	(2.213.696,50)	(2.584.393,14)	(3.005.000,95)	(3.274.930,84)	(13.508.807,87)	100,0%
B.1 Investimentos Fixos	(536.121,63)	-	-	-	-	-	(536.121,63)	0,0%
Implantação - Investimento Inicial	(536.121,63)	-	-	-	-	-	(536.121,63)	0,0%
Ampliações & Melhorias - Investimentos Futuros	-	-	-	-	-	-	-	0,0%
B.2 Despesas Administrativas	-	(82.919,70)	(91.211,40)	(100.332,90)	(110.367,18)	(121.399,49)	(506.230,67)	0,0%
Aluguéis, Condomínios e IPTU	-	(20.819,70)	(22.901,40)	(25.191,90)	(27.711,00)	(30.482,10)	(127.106,10)	0,0%
Equipe Própria	-	(273.780,00)	(301.248,00)	(331.273,80)	(364.408,20)	(400.843,80)	(1.674.553,80)	0,0%
Despesas de Produção / Entrega	-	(746.869,57)	(894.841,63)	(1.064.944,49)	(1.265.178,18)	(1.496.871,08)	(5.468.704,96)	0,0%
Comissões e taxas sobre vendas de produtos/serviços	-	(188.809,63)	(232.674,35)	(282.809,24)	(343.965,28)	(415.148,63)	(1.463.407,14)	0,0%
B.5 Despesas Tributárias	-	(208.739,54)	(264.473,18)	(352.883,09)	(443.715,22)	(535.541,74)	(1.805.352,76)	0,0%
Impostos a Pagar	-	(208.739,54)	(264.473,18)	(352.883,09)	(443.715,22)	(535.541,74)	(1.805.352,76)	0,0%
Provisão para Imposto de Renda	-	-	-	-	-	-	-	0,0%
B.6 Despesas Financeiras	-	(183.140,57)	(199.975,81)	(199.975,81)	(199.975,81)	-	(783.068,01)	0,0%
Taxas/Juros de Empréstimos	-	(53.144,28)	(53.144,28)	(34.128,78)	(12.650,67)	-	(153.068,01)	0,0%
Amortização de empréstimos	-	(129.996,29)	(146.831,53)	(165.847,03)	(187.325,14)	-	(630.000,00)	0,0%
B.7 Dividendos (Distribuição de lucros)	-	(48.000,00)	(58.000,00)	(63.888,00)	(70.276,00)	-	(293.044,00)	0,0%
C FLUXO DO PERÍODO (A - B)	223.878,37	101.698,19	475.095,89	557.931,76	816.835,53	1.337.831,76	3.513.271,50	20,6%
SALDO ACUMULADO =	223.878,37	325.576,56	800.672,45	1.358.604,21	2.175.439,74	3.513.271,50	3.513.271,50	

Análise de Sensibilidade (Cenário B)

PREMISSAS - Variações em relação aos valores informados no projeto

Faturamento	x	0,90
Investimento inicial	x	1,10
% de comissões sobre as vendas	x	1,10
Alíquota de impostos sobre faturamento	x	1,00
Alíquota de impostos sobre lucro	x	1,00
Equipe (salários e encargos)	x	1,10
Despesas Administrativas	x	1,10
Preço médio de insumos	x	1,10
Preço médio de fretes & embalagens	x	1,00
Despesas com juros e amortizações	x	1,10

Análise de Investimento

Pay Back - Retorno do Investimento Não há retorno em 5 anos(s)

Atratividade		20,00% ao ano		
Taxa de atratividade:		20,00% ao ano		
Investimento Inicial:	(660.759,77)			
Valor Presente:	493.153,16			
VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) =	(167.606,61)			
TIR - Taxa Interna de Retorno:		-21,6%		
Projeções de Longo Prazo				
	5 anos	10 anos	15 anos	20 anos
VPL	(167.606,61)	369.878,93	585.882,31	672.689,22
TIR	-22%	12%	17%	19%

Pay Back - Retorno do Investimento 6 ano(s)

	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	1.716.451,20	2.115.221,40	2.570.993,10	3.126.957,12	3.774.078,49	13.303.701,31
(-) Impostos sobre faturamento	(170.786,89)	(216.387,15)	(288.722,53)	(363.039,72)	(438.170,51)	(1.477.106,80)
(-) Comissões e taxas sobre vendas	(209.788,48)	(258.527,06)	(314.232,49)	(382.183,65)	(461.276,26)	(1.626.007,94)
2 (=) Receita Líquida de Vendas	1.335.875,83	1.640.307,19	1.968.038,08	2.381.733,75	2.874.631,71	10.200.586,57
3 (-) Custos de Produção/Entrega	(829.855,08)	(994.268,48)	(1.183.271,66)	(1.405.753,53)	(1.663.190,09)	(6.076.338,84)
Compras/Insumos	(829.855,08)	(994.268,48)	(1.183.271,66)	(1.405.753,53)	(1.663.190,09)	(6.076.338,84)
Fretes & Embalagens	-	-	-	-	-	-
4 (=) Lucro Bruto (Margem de Contribuição)	506.020,74	646.038,71	784.766,42	975.980,22	1.211.441,63	4.124.247,73
5 (-) Despesas Operacionais	(619.084,50)	(681.134,08)	(749.095,06)	(824.014,78)	(906.400,81)	(3.779.729,23)
Despesas Administrativas	(101.346,30)	(111.480,60)	(122.629,10)	(134.893,22)	(148.377,15)	(618.726,37)
Equipe Própria (com encargos)	(459.538,20)	(505.633,48)	(556.040,96)	(611.656,56)	(672.813,66)	(2.805.682,86)
Terceiros	(58.200,00)	(64.020,00)	(70.425,00)	(77.465,00)	(85.210,00)	(353.320,00)
6 (=) Resultado Operacional (EBITDA/LAJIDA)	(113.063,76)	(35.095,37)	35.671,37	151.965,44	305.040,82	344.518,50
7 (+/-) Receitas/Despesas não Operacionais	(105.323,96)	(84.747,55)	(61.506,38)	(35.255,36)	(19.793,43)	(306.626,68)
(-) Depreciação	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(19.793,43)	(98.967,14)
(+) Outras receitas não operacionais	-	-	-	-	-	-
(-) Taxas/Juros de Financiamentos	(85.530,53)	(64.954,12)	(41.712,96)	(15.461,93)	-	(207.659,54)
8 (=) Resultado Tributável	(218.387,71)	(119.842,92)	(25.835,02)	116.710,08	285.247,39	37.891,82
(-) Imposto sobre Lucro	-	-	-	-	-	-
9 (=) Lucro Líquido	(218.387,71)	(119.842,92)	(25.835,02)	116.710,08	285.247,39	37.891,82
(-) Dividendos (distribuídos/provisionados)	(48.000,00)	(52.800,00)	(58.080,00)	(63.888,00)	(70.276,00)	(293.044,00)
10 (=) Resultado do Exercício	(266.387,71)	(172.642,92)	(83.915,02)	52.822,08	214.971,39	(255.152,18)
Margem de Contribuição	29,5%	30,5%	30,5%	31,2%	32,1%	31,0%
Ponto de Equilíbrio Financeiro*	2.457.234,77	2.507.603,93	2.655.631,85	2.753.028,02	2.885.429,77	13.181.472,60

* Aproximado. Valor exato depende da distribuição das vendas entre os produtos e serviços e da variação dos custos de produção e despesas administrativas em relação ao volume de vendas

	até 31-12-yyyy	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL	%
A ENTRADAS	760.000,00	1.631.751,55	2.199.921,05	2.570.993,10	3.126.957,12	3.774.078,49	14.063.701,31	100,0%
A.1 Receita de Vendas / Serviços	-	1.631.751,55	2.199.921,05	2.570.993,10	3.126.957,12	3.774.078,49	13.303.701,31	94,6%
A.2 Empréstimos	700.000,00	-	-	-	-	-	700.000,00	5,0%
A.3 Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	0,0%
A.4 Capital Próprio Investido na Empresa	60.000,00	-	-	-	-	-	60.000,00	0,5%
B SAÍDAS	(655.259,77)	(1.997.389,08)	(2.322.252,10)	(2.688.068,20)	(3.104.500,85)	(3.326.867,03)	(14.094.335,03)	100,0%
B.1 Investimentos Fixos	(655.259,77)	-	-	-	-	-	(655.259,77)	0,0%
Implantação - Investimento Inicial	(655.259,77)	-	-	-	-	-	(655.259,77)	0,0%
Ampliações & Melhorias - Investimentos Futuros	-	-	-	-	-	-	-	0,0%
B.2 Despesas Administrativas	-	(101.346,30)	(111.480,60)	(122.629,10)	(134.893,22)	(148.377,15)	(618.726,37)	0,0%
Aluguéis, Condomínios e IPTU	-	(25.446,30)	(27.990,60)	(30.790,10)	(33.869,00)	(37.255,90)	(155.351,90)	0,0%
Equipe Própria	-	(334.620,00)	(368.192,00)	(404.890,20)	(445.387,80)	(489.920,20)	(2.043.010,20)	0,0%
Despesas de Produção / Entrega	-	(746.869,57)	(894.841,63)	(1.064.944,49)	(1.265.178,18)	(1.496.871,08)	(5.468.704,96)	0,0%
Comissões e taxas sobre vendas de produtos/serviços	-	(188.809,63)	(232.674,35)	(282.809,24)	(343.965,28)	(415.148,63)	(1.463.407,14)	0,0%
B.3 Despesas Tributárias	-	(170.786,89)	(216.387,15)	(288.722,53)	(363.039,72)	(438.170,51)	(1.477.106,80)	0,0%
Impostos a Pagar	-	(170.786,89)	(216.387,15)	(288.722,53)	(363.039,72)	(438.170,51)	(1.477.106,80)	0,0%
Provisão para Imposto de Renda	-	-	-	-	-	-	-	0,0%
B.4 Despesas Financeiras	-	(223.838,48)	(244.414,88)	(244.414,88)	(244.414,88)	-	(957.083,13)	0,0%
Taxas/Juros de Empréstimos	-	(64.954,12)	(64.954,12)	(41.712,96)	(15.461,93)	-	(187.083,13)	0,0%
Amortização de empréstimos	-	(158.884,36)	(179.460,76)	(202.701,93)	(228.952,95)	-	(770.000,00)	0,0%
B.7 Dividendos (Distribuição de lucros)	-	(48.000,00)	(52.800,00)	(58.080,00)	(63.888,00)	(70.276,00)	(293.044,00)	0,0%
C FLUXO DO PERÍODO (A - B)	104.740,23	(365.637,53)	(122.331,05)	(117.073,10)	22.456,27	447.211,45	(30.633,72)	-0,2%
SALDO ACUMULADO =	104.740,23	(260.897,30)	(383.228,35)	(500.301,45)	(477.845,18)	(30.633,72)	(30.633,72)	

Cervejas Nacionais - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	7.000,00	28.000,00	30.800,00	30.800,00	7.000,00	299.600,00	376.640,00	466.092,00	569.668,00	689.298,28	2.401.298,28							
Quantidade Vendida UN	1.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.400	4.400	1.000	42.800	47.080	51.788	56.967	62.663	261.298
Preço produto	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	8,00	9,00	10,00	11,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(696,50)	(2.786,00)	(3.064,60)	(3.064,60)	(696,50)	(29.810,20)	(38.530,27)	(52.342,13)	(66.138,45)	(80.027,53)	(266.848,59)							
Aliquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,11%
3 (-) Comissões 10,00%	(700,00)	(2.800,00)	(3.080,00)	(3.080,00)	(700,00)	(29.960,00)	(37.664,00)	(46.609,20)	(56.966,80)	(68.929,83)	(240.129,83)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	5.603,50	22.414,00	24.655,40	24.655,40	5.603,50	239.829,80	300.445,73	367.140,67	446.562,75	540.340,92	2.155.618,03							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(1.900,11)	(7.600,43)	(8.360,48)	(8.360,48)	(1.900,11)	(81.324,65)	(102.236,70)	(126.517,92)	(154.633,01)	(187.105,94)	(651.818,21)							
5.1 Insumos Custo por UN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 27%	(1.900,11)	(7.600,43)	(7.600,43)	(7.600,43)	(7.600,43)	(7.600,43)	(7.600,43)	(7.600,43)	(7.600,43)	(8.360,48)	(8.360,48)	(1.900,11)	(81.324,65)	(102.236,70)	(126.517,92)	(154.633,01)	(187.105,94)	(651.818,21)
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / Insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-												
7 (=) Margem de Contribuição	3.703,39	14.813,57	16.294,92	16.294,92	3.703,39	158.505,15	198.209,03	240.622,75	291.929,74	353.234,98	1.503.799,82							
	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,91%	52,63%	51,63%	51,25%	51,25%	62,62%

Cervejas Importadas - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	8.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	35.200,00	35.200,00	8.000,00	342.400,00	423.720,00	517.880,00	626.634,80	751.961,76	2.662.596,56
Quantidade Vendida UN	1.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.400	4.400	1.000	42.800	47.080	51.788	56.967	62.663	261.298
Preço produto	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	9,00	10,00	11,00	12,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(796,00)	(3.184,00)	(3.184,00)	(3.184,00)	(3.184,00)	(3.184,00)	(3.184,00)	(3.184,00)	(3.184,00)	(3.502,40)	(3.502,40)	(796,00)	(34.068,80)	(43.346,56)	(58.157,92)	(72.752,30)	(87.302,76)	(295.628,34)
Aliquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,10%
3 (-) Comissões 10,00%	(800,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.520,00)	(3.520,00)	(800,00)	(34.240,00)	(42.372,00)	(51.788,00)	(62.663,48)	(75.196,18)	(266.259,66)
4 (=) Receita Líquida de Vendas	6.404,00	25.616,00	25.616,00	25.616,00	25.616,00	25.616,00	25.616,00	25.616,00	25.616,00	28.177,60	28.177,60	6.404,00	274.091,20	338.001,44	407.934,08	491.219,02	589.462,82	2.362.006,73
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(2.500,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(11.000,00)	(11.000,00)	(2.500,00)	(107.000,00)	(132.412,50)	(161.837,50)	(195.823,38)	(234.988,05)	(832.061,43)
5.1 Insumos Custo por UN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 31,25%	(2.500,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(10.000,00)	(11.000,00)	(11.000,00)	(2.500,00)	(107.000,00)	(132.412,50)	(161.837,50)	(195.823,38)	(234.988,05)	(832.061,43)
5.3 Fretas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de impostos sobre compras/ insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	3.904,00	15.616,00	15.616,00	15.616,00	15.616,00	15.616,00	15.616,00	15.616,00	15.616,00	17.177,60	17.177,60	3.904,00	167.091,20	205.588,94	246.096,58	295.395,64	354.474,77	1.529.945,31
	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,80%	48,52%	47,52%	47,14%	47,14%	57,46%

Cervejas Especiais - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	4.000,00	16.000,00	17.600,00	17.600,00	4.000,00	171.200,00	207.152,00	248.580,00	307.611,00	375.975,00	1.310.518,00							
Quantidade Vendida UN	400	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.760	1.760	400	17.120	18.832	20.715	22.786	25.065	104.518
Preço produto	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	11,00	12,00	13,50	15,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(398,00)	(1.592,00)	(1.751,20)	(1.751,20)	(398,00)	(17.034,40)	(21.191,65)	(27.915,53)	(35.713,64)	(43.650,70)	(145.505,92)							
Aliquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,10%
3 (-) Comissões 10,00%	(400,00)	(1.600,00)	(1.760,00)	(1.760,00)	(400,00)	(17.120,00)	(20.715,20)	(24.858,00)	(30.761,10)	(37.597,50)	(131.051,80)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	3.202,00	12.808,00	14.088,80	14.088,80	3.202,00	137.045,60	165.245,15	195.806,47	241.136,26	294.726,80	1.138.478,17							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(1.800,18)	(7.200,72)	(7.920,79)	(7.920,79)	(1.800,18)	(77.047,70)	(93.227,72)	(111.872,19)	(138.438,79)	(169.205,67)	(589.792,08)							
5.1 Insumos Custo por UN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 45,00%	(1.800,18)	(7.200,72)	(7.200,72)	(7.200,72)	(7.200,72)	(7.200,72)	(7.200,72)	(7.200,72)	(7.200,72)	(7.920,79)	(7.920,79)	(1.800,18)	(77.047,70)	(93.227,72)	(111.872,19)	(138.438,79)	(169.205,67)	(589.792,08)
5.3 Fretas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-												
7 (=) Margem de Contribuição	1.401,82	5.607,28	6.168,01	6.168,01	1.401,82	59.997,90	72.017,43	83.934,28	102.697,47	125.521,13	548.686,09							
	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	35,05%	34,77%	33,77%	33,39%	33,39%	41,87%

Doses e Energéticos - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	3.600,00	14.400,00	15.840,00	15.840,00	3.600,00	154.080,00	188.320,00	227.876,00	273.432,00	332.124,50	1.175.832,50							
Quantidade Vendida UN	200	800	800	800	800	800	800	800	800	880	880	200	8.560	9.416	10.358	11.393	12.533	52.260
Preço produto	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	20,00	22,00	24,00	26,50	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(358,20)	(1.432,80)	(1.576,08)	(1.576,08)	(358,20)	(15.330,96)	(19.265,14)	(25.590,47)	(31.745,46)	(38.559,65)	(130.491,68)							
Alíquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,10%
3 (-) Comissões 10,00%	(360,00)	(1.440,00)	(1.584,00)	(1.584,00)	(360,00)	(15.408,00)	(18.832,00)	(22.787,60)	(27.343,20)	(33.212,45)	(117.583,25)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	2.881,80	11.527,20	12.679,92	12.679,92	2.881,80	123.341,04	150.222,86	179.497,93	214.343,34	260.352,40	980.017,46							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(1.200,00)	(4.800,00)	(5.280,00)	(5.280,00)	(1.200,00)	(51.360,00)	(62.773,33)	(75.958,67)	(91.144,00)	(110.708,17)	(391.944,17)							
5.1 Insumos Custo por UN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 33,33%	(1.200,00)	(4.800,00)	(4.800,00)	(4.800,00)	(4.800,00)	(4.800,00)	(4.800,00)	(4.800,00)	(4.800,00)	(5.280,00)	(5.280,00)	(1.200,00)	(51.360,00)	(62.773,33)	(75.958,67)	(91.144,00)	(110.708,17)	(391.944,17)
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-												
7 (=) Margem de Contribuição	1.681,80	6.727,20	7.399,92	7.399,92	1.681,80	71.981,04	87.449,53	103.539,26	123.199,34	149.644,23	588.073,29							
	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,72%	46,44%	45,44%	45,06%	45,06%	50,01%

Aguas/Refrigerantes/Sucos - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	900,00	3.600,00	3.960,00	3.960,00	900,00	38.520,00	49.434,00	62.144,00	76.905,00	93.995,00	320.998,00							
Quantidade Vendida UN	300	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.320	1.320	300	12.840	14.124	15.536	17.090	18.799	78.389
Preço produto	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,50	4,00	4,50	5,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(89,55)	(358,20)	(394,02)	(394,02)	(89,55)	(3.832,74)	(5.057,10)	(6.978,77)	(8.928,67)	(10.912,82)	(35.710,10)							
Alíquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,12%
3 (-) Comissões 10,00%	(90,00)	(360,00)	(396,00)	(396,00)	(90,00)	(3.852,00)	(4.943,40)	(6.214,40)	(7.690,50)	(9.399,50)	(32.099,80)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	720,45	2.881,80	3.169,98	3.169,98	720,45	30.835,26	39.433,50	48.950,83	60.285,83	73.682,68	331.576,99							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(450,00)	(1.800,00)	(1.980,00)	(1.980,00)	(450,00)	(19.260,00)	(24.717,00)	(31.072,00)	(38.452,50)	(46.997,50)	(160.499,00)							
5.1 Insumos Custo por UN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 50,00%	(450,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.980,00)	(1.980,00)	(450,00)	(19.260,00)	(24.717,00)	(31.072,00)	(38.452,50)	(46.997,50)	(160.499,00)
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras/ insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	270,45	1.081,80	1.189,98	1.189,98	270,45	11.575,26	14.716,50	17.878,83	21.833,33	26.686,18	171.077,99							
	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	29,77%	28,77%	28,39%	28,39%	53,30%

Chopp - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	9.600,00	38.400,00	42.240,00	42.240,00	9.600,00	410.880,00	508.464,00	621.450,00	751.954,50	902.340,00	3.195.088,50							
Quantidade Vendida UN	800	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.520	3.520	800	34.240	37.664	41.430	45.573	50.130	209.037
Preço produto	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	13,50	15,00	16,50	18,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(955,20)	(3.820,80)	(4.202,88)	(4.202,88)	(955,20)	(40.882,56)	(52.015,87)	(69.788,84)	(87.301,92)	(104.761,67)	(354.750,85)							
Aliquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,10%
3 (-) Comissões 10,00%	(960,00)	(3.840,00)	(4.224,00)	(4.224,00)	(960,00)	(41.088,00)	(50.846,40)	(62.145,00)	(78.195,45)	(90.234,00)	(319.508,85)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	7.684,80	30.739,20	33.813,12	33.813,12	7.684,80	328.909,44	405.601,73	489.516,17	589.457,13	707.344,33	2.729.865,69							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(4.800,00)	(19.200,00)	(21.120,00)	(21.120,00)	(4.800,00)	(205.440,00)	(254.232,00)	(310.725,00)	(375.977,25)	(451.170,00)	(1.597.544,25)							
5.1 Insumos Custo por UN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 50,00%	(4.800,00)	(19.200,00)	(19.200,00)	(19.200,00)	(19.200,00)	(19.200,00)	(19.200,00)	(19.200,00)	(19.200,00)	(21.120,00)	(21.120,00)	(4.800,00)	(205.440,00)	(254.232,00)	(310.725,00)	(375.977,25)	(451.170,00)	(1.597.544,25)
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	2.884,80	11.539,20	12.693,12	12.693,12	2.884,80	123.469,44	151.369,73	178.791,17	213.479,88	286.174,33	1.132.321,44							
	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	29,77%	28,77%	28,39%	28,39%	35,44%

Drinks Especiais/Caipirinhas - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	2.400,00	9.600,00	10.560,00	10.560,00	2.400,00	102.720,00	127.116,00	155.370,00	187.984,50	225.594,00	798.784,50							
Quantidade Vendida UN	200	800	800	800	800	800	800	800	800	880	880	200	8.560	9.416	10.358	11.393	12.533	52.260
Preço produto	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	13,50	15,00	16,50	18,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(238,80)	(955,20)	(1.050,72)	(1.050,72)	(238,80)	(10.220,64)	(13.003,97)	(17.448,05)	(21.825,00)	(26.191,46)	(88.689,12)							
Aliquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,10%
3 (-) Comissões 10,00%	(240,00)	(960,00)	(1.056,00)	(1.056,00)	(240,00)	(10.272,00)	(12.711,60)	(15.537,00)	(18.798,45)	(22.559,40)	(79.878,45)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	1.921,20	7.684,80	8.453,28	8.453,28	1.921,20	82.227,36	101.400,43	122.384,95	147.361,05	176.843,14	682.476,82							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(720,00)	(2.880,00)	(3.168,00)	(3.168,00)	(720,00)	(30.816,00)	(33.897,60)	(37.288,80)	(41.014,80)	(45.118,80)	(188.136,00)							
5.1 Insumos Custo por UN	(720,00)	(2.880,00)	(2.880,00)	(2.880,00)	(2.880,00)	(2.880,00)	(2.880,00)	(2.880,00)	(2.880,00)	(3.168,00)	(3.168,00)	(720,00)	(30.816,00)	(33.897,60)	(37.288,80)	(41.014,80)	(45.118,80)	(188.136,00)
Fruta 0,50	(100,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(440,00)	(440,00)	(100,00)	(4.280,00)	(4.708,00)	(5.179,00)	(5.696,50)	(6.266,50)	(26.130,00)
Açúcar 0,05	(10,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(40,00)	(44,00)	(44,00)	(10,00)	(428,00)	(470,80)	(517,90)	(569,65)	(626,65)	(2.613,00)
Gelo 0,35	(70,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(280,00)	(308,00)	(308,00)	(70,00)	(2.996,00)	(3.295,60)	(3.625,30)	(3.967,55)	(4.386,65)	(18.291,00)
Bebidas Alcoolicas 2,50	(500,00)	(2.000,00)	(2.000,00)	(2.000,00)	(2.000,00)	(2.000,00)	(2.000,00)	(2.000,00)	(2.000,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(500,00)	(21.400,00)	(23.540,00)	(25.895,00)	(28.482,50)	(31.332,50)	(130.650,00)
Outros 0,20	(40,00)	(160,00)	(160,00)	(160,00)	(160,00)	(160,00)	(160,00)	(160,00)	(160,00)	(176,00)	(176,00)	(40,00)	(1.712,00)	(1.883,20)	(2.071,60)	(2.278,60)	(2.506,60)	(10.452,00)
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras/ insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	1.201,20	4.804,80	5.285,28	5.285,28	1.201,20	51.411,36	67.502,83	85.096,15	106.346,25	131.724,34	494.340,82							
	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	50,05%	53,10%	54,77%	56,57%	58,39%	61,89%

Pratos Quentes - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	3.360,00	13.440,00	14.784,00	14.784,00	3.360,00	143.808,00	175.150,00	205.095,00	252.932,00	308.320,00	1.085.305,00							
Quantidade Vendida UN	120	480	480	480	480	480	480	480	480	528	528	120	5.136	5.650	6.215	6.836	7.520	31.357
Preço produto	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	31,00	33,00	37,00	41,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(334,32)	(1.337,28)	(1.471,01)	(1.471,01)	(334,32)	(14.308,90)	(17.917,85)	(23.032,17)	(29.365,41)	(35.795,95)	(120.420,27)							
Alíquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,10%
3 (-) Comissões 10,00%	(336,00)	(1.344,00)	(1.478,40)	(1.478,40)	(336,00)	(14.380,80)	(17.515,00)	(20.509,50)	(25.293,20)	(30.832,00)	(108.530,50)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	2.689,68	10.758,72	11.834,59	11.834,59	2.689,68	115.118,30	139.717,16	161.553,33	198.273,39	241.692,05	887.711,12							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(505,20)	(2.020,80)	(2.222,88)	(2.222,88)	(505,20)	(21.622,56)	(23.786,50)	(26.165,15)	(28.779,56)	(31.659,20)	(132.012,97)							
5.1 Insumos Custo por UN	(505,20)	(2.020,80)	(2.020,80)	(2.020,80)	(2.020,80)	(2.020,80)	(2.020,80)	(2.020,80)	(2.020,80)	(2.222,88)	(2.222,88)	(505,20)	(21.622,56)	(23.786,50)	(26.165,15)	(28.779,56)	(31.659,20)	(132.012,97)
Salada Verde 0,38	(45,60)	(182,40)	(182,40)	(182,40)	(182,40)	(182,40)	(182,40)	(182,40)	(182,40)	(200,64)	(200,64)	(45,60)	(1.951,68)	(2.147,00)	(2.361,70)	(2.597,68)	(2.857,60)	(11.915,66)
Batatas 0,48	(57,60)	(230,40)	(230,40)	(230,40)	(230,40)	(230,40)	(230,40)	(230,40)	(230,40)	(253,44)	(253,44)	(57,60)	(2.465,28)	(2.712,00)	(2.983,20)	(3.281,28)	(3.609,60)	(15.051,36)
Carne/Frango 1,76	(211,20)	(844,80)	(844,80)	(844,80)	(844,80)	(844,80)	(844,80)	(844,80)	(844,80)	(929,28)	(929,28)	(211,20)	(9.039,36)	(9.944,00)	(10.938,40)	(12.031,36)	(13.235,20)	(55.188,32)
Arroz 0,09	(10,80)	(43,20)	(43,20)	(43,20)	(43,20)	(43,20)	(43,20)	(43,20)	(43,20)	(47,52)	(47,52)	(10,80)	(462,24)	(508,50)	(559,35)	(615,24)	(676,80)	(2.822,13)
Molho 1,50	(180,00)	(720,00)	(720,00)	(720,00)	(720,00)	(720,00)	(720,00)	(720,00)	(720,00)	(792,00)	(792,00)	(180,00)	(7.704,00)	(8.475,00)	(9.322,50)	(10.254,00)	(11.280,00)	(47.035,50)
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	2.184,48	8.737,92	9.611,71	9.611,71	2.184,48	93.495,74	115.930,66	135.388,18	169.493,83	210.032,85	755.698,15							
	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	65,01%	66,19%	66,01%	67,01%	68,12%	69,63%

Tábuas de Frios - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	4.200,00	16.800,00	18.480,00	18.480,00	4.200,00	179.760,00	216.568,00	258.950,00	313.335,00	375.960,00	1.344.573,00							
Quantidade Vendida UN	100	400	400	400	400	400	400	400	400	440	440	100	4.200	4.708	5.179	5.697	6.266	26.130
Preço produto	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	46,00	50,00	55,00	60,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(417,90)	(1.671,60)	(1.838,76)	(1.838,76)	(417,90)	(17.886,12)	(22.154,91)	(29.080,09)	(36.378,19)	(43.648,96)	(149.148,26)							
Alíquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,09%
3 (-) Comissões 10,00%	(420,00)	(1.680,00)	(1.848,00)	(1.848,00)	(420,00)	(17.976,00)	(21.656,80)	(25.895,00)	(31.333,50)	(37.596,00)	(134.457,30)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	3.362,10	13.448,40	14.793,24	14.793,24	3.362,10	143.897,88	172.756,29	203.974,92	245.623,31	294.716,04	1.087.097,33							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(2.990,00)	(11.960,00)	(13.156,00)	(13.156,00)	(2.990,00)	(127.972,00)	(140.769,20)	(154.852,10)	(170.340,30)	(187.353,40)	(781.287,00)							
5.1 Insumos Custo por UN	(2.990,00)	(11.960,00)	(11.960,00)	(11.960,00)	(11.960,00)	(11.960,00)	(11.960,00)	(11.960,00)	(11.960,00)	(13.156,00)	(13.156,00)	(2.990,00)	(127.972,00)	(140.769,20)	(154.852,10)	(170.340,30)	(187.353,40)	(781.287,00)
Salame 6,50	(650,00)	(2.600,00)	(2.600,00)	(2.600,00)	(2.600,00)	(2.600,00)	(2.600,00)	(2.600,00)	(2.600,00)	(2.860,00)	(2.860,00)	(650,00)	(27.820,00)	(30.602,00)	(33.663,50)	(37.030,50)	(40.729,00)	(169.845,00)
Queijo 2,00	(200,00)	(800,00)	(800,00)	(800,00)	(800,00)	(800,00)	(800,00)	(800,00)	(800,00)	(880,00)	(880,00)	(200,00)	(8.560,00)	(9.416,00)	(10.358,00)	(11.394,00)	(12.532,00)	(52.260,00)
Lombo 8,00	(800,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.200,00)	(3.520,00)	(3.520,00)	(800,00)	(34.240,00)	(37.864,00)	(41.432,00)	(45.576,00)	(50.128,00)	(209.040,00)
Pão 1,20	(120,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(528,00)	(528,00)	(120,00)	(5.136,00)	(5.649,60)	(6.214,80)	(6.836,40)	(7.519,20)	(31.356,00)
Papino 4,50	(450,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.800,00)	(1.980,00)	(1.980,00)	(450,00)	(19.260,00)	(21.186,00)	(23.305,50)	(25.636,50)	(28.197,00)	(117.585,00)
Ovo de Codorna 5,50	(550,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(2.200,00)	(2.420,00)	(2.420,00)	(550,00)	(23.540,00)	(25.894,00)	(28.484,50)	(31.333,50)	(34.463,00)	(143.715,00)
Azeitona 1,20	(120,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(480,00)	(528,00)	(528,00)	(120,00)	(5.136,00)	(5.649,60)	(6.214,80)	(6.836,40)	(7.519,20)	(31.356,00)
Cebola a milanesa 1,00	(100,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(400,00)	(440,00)	(440,00)	(100,00)	(4.280,00)	(4.708,00)	(5.179,00)	(5.697,00)	(6.266,00)	(26.130,00)
5.2 Compras (produto comercializado) 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	372,10	1.488,40	1.637,24	1.637,24	372,10	15.925,88	31.987,09	49.122,82	75.283,01	107.361,64	305.810,33							
	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	8,86%	14,77%	18,97%	24,03%	28,56%	22,74%

Porções Fritas - Demonstrativo

	jan-2016	fev-2016	mar-2016	abr-2016	mai-2016	jun-2016	jul-2016	ago-2016	set-2016	out-2016	nov-2016	dez-2016	TOTAL Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	TOTAL
1 Receita Bruta de Vendas	1.500,00	6.000,00	6.600,00	6.600,00	1.500,00	64.200,00	77.682,00	93.222,00	113.940,00	137.852,00	486.896,00							
Quantidade Vendida UN	100	400	400	400	400	400	400	400	400	440	440	100	4.200	4.708	5.179	5.697	6.266	26.130
Preço produto	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	16,50	18,00	20,00	22,00	
2 (-) Impostos sobre faturamento	(149,25)	(597,00)	(656,70)	(656,70)	(149,25)	(6.387,90)	(7.946,87)	(10.468,83)	(13.228,43)	(16.004,62)	(54.036,65)							
Alíquota	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	9,95%	10,23%	11,23%	11,61%	11,61%	-11,10%
3 (-) Comissões 10,00%	(150,00)	(600,00)	(660,00)	(660,00)	(150,00)	(6.420,00)	(7.768,20)	(9.322,20)	(11.394,00)	(13.785,20)	(48.689,60)							
4 (=) Receita Líquida de Vendas	1.200,75	4.803,00	5.283,30	5.283,30	1.200,75	51.392,10	61.966,93	73.430,97	89.317,57	108.062,18	410.299,64							
5 (-) Custos de Produção / Entrega	(761,00)	(3.044,00)	(3.348,40)	(3.348,40)	(761,00)	(32.570,80)	(35.827,88)	(39.412,19)	(43.354,17)	(47.684,26)	(198.849,30)							
5.1 Insumos Custo por UN	(761,00)	(3.044,00)	(3.044,00)	(3.044,00)	(3.044,00)	(3.044,00)	(3.044,00)	(3.044,00)	(3.044,00)	(3.348,40)	(3.348,40)	(761,00)	(32.570,80)	(35.827,88)	(39.412,19)	(43.354,17)	(47.684,26)	(198.849,30)
Polenta 1,28	(128,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(563,20)	(563,20)	(128,00)	(5.478,40)	(6.026,24)	(6.629,12)	(7.292,16)	(8.020,48)	(33.446,40)
Coração 2,40	(240,00)	(960,00)	(960,00)	(960,00)	(960,00)	(960,00)	(960,00)	(960,00)	(960,00)	(1.056,00)	(1.056,00)	(240,00)	(10.272,00)	(11.299,20)	(12.429,60)	(13.672,80)	(15.038,40)	(62.712,00)
Alpim 1,28	(128,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(512,00)	(563,20)	(563,20)	(128,00)	(5.478,40)	(6.026,24)	(6.629,12)	(7.292,16)	(8.020,48)	(33.446,40)
Batata 0,77	(77,00)	(308,00)	(308,00)	(308,00)	(308,00)	(308,00)	(308,00)	(308,00)	(308,00)	(338,80)	(338,80)	(77,00)	(3.295,60)	(3.625,16)	(3.987,83)	(4.386,69)	(4.824,82)	(20.120,10)
Frango 1,12	(112,00)	(448,00)	(448,00)	(448,00)	(448,00)	(448,00)	(448,00)	(448,00)	(448,00)	(492,80)	(492,80)	(112,00)	(4.793,60)	(5.272,96)	(5.800,48)	(6.380,64)	(7.017,92)	(29.265,60)
Azeite 0,74	(74,00)	(296,00)	(296,00)	(296,00)	(296,00)	(296,00)	(296,00)	(296,00)	(296,00)	(325,60)	(325,60)	(74,00)	(3.167,20)	(3.493,92)	(3.832,46)	(4.215,78)	(4.636,84)	(19.336,20)
Sal 0,02	(2,00)	(8,00)	(8,00)	(8,00)	(8,00)	(8,00)	(8,00)	(8,00)	(8,00)	(8,80)	(8,80)	(2,00)	(85,60)	(94,16)	(103,58)	(113,94)	(125,32)	(522,60)
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.2 Compras (produto comercializado) 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Fretes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Embalagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 (+) Crédito de Impostos sobre compras / insumos 0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 (=) Margem de Contribuição	439,75	1.759,00	1.934,90	1.934,90	439,75	18.821,30	26.139,05	34.018,78	45.963,40	60.377,92	211.450,34							
	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	29,32%	33,66%	36,49%	40,34%	43,80%	43,43%

