



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS – FACICON

Isac Ribeiro da Silva  
Renato Martins Tavares

**PLANEJAMENTO ECONÔMICO-FINANCEIRO DE ABERTURA  
DE UMA EMPRESA DE BEBIDAS E GÊNEROS ALIMENTÍCIOS**

BELÉM  
2010

Isac Ribeiro da Silva  
Renato Martins Tavares

**PLANEJAMENTO ECONÔMICO-FINANCEIRO DE ABERTURA  
DE UMA EMPRESA DE COMIDAS E GENEROS ALIMENTICIOS**

Trabalho de conclusão de semestre  
apresentado para obtenção de aprovação na  
disciplina de administração financeira no  
curso de ciências contábeis.

***Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira***

**BELÉM  
2010**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
FACULDADE DE CIENCIAS CONTABEIS – FACICON

Isac Ribeiro da Silva 07117003601  
Renato Martins Tavares 07117001401

**PLANEJAMENTO ECONÔMICO-FINANCEIRO E ABERTURA DE  
UMA EMPRESA DE COMIDAS E GÊNEROS ALIMENTÍCIOS**

Trabalho de conclusão de semestre  
apresentado para obtenção de  
aprovação na disciplina administração  
financeira no curso de ciências  
contábeis

Avaliado em: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_ Conceito: \_\_\_\_\_

Banca Examinadora:

\_\_\_\_\_  
**Orientador: Prof. Héber Lavor Moreira**

\_\_\_\_\_  
**Professor:**

\_\_\_\_\_  
**Professor:**

BELÉM  
2010

## **AGRADECIMENTOS**

*Agradecemos a todos que contribuíram, direta ou indiretamente, para a elaboração deste estudo.*

*Ao Professor Héber Lavor Moreira, por orientar e incentivar o estudo na formação de profissionais da ciência contábil.*

*Aos nossos familiares que sempre apoiaram e entenderam os esforços despendidos na luta de aprender para nos tornarmos pessoas melhores.*

*Em especial a Deus, pois sem ele nada seria possível.*

## RESUMO

O presente trabalho se dedica ao estudo econômico-financeiro na abertura de uma empresa de vendas de comidas e bebidas. Fazer um empreendimento sem orientação é um risco muito grande que a maioria dos empresários assume por não dar importância à elaboração de um planejamento de negócio. Desenvolveu-se este estudo procurando mostrar a viabilidade de um negócio na área do comércio de comidas e bebidas realizando projeções financeiras para auxiliar na tomada de decisões na abertura de um empreendimento. A empresa será constituída com o nome de Tavares & Silva Ltda e com nome fantasia de Coma Bem Bar & Restaurante, no qual fornecerá comidas e bebidas da melhor qualidade a um público da periferia da cidade de Belém, no bairro da Pratinha em um complexo industrial, as margens da Rod. Arthur Bernardes nº 45. Seus proprietários são Isac Ribeiro da Silva e Renato Martins Tavares ambos gerentes no empreendimento.

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 SUMARIO EXECUTIVO</b> .....                                      | <b>01</b> |
| 1.1 Objetivo do plano .....   | 01        |
| 1.2 Oportunidade identificada .....                                   | 01        |
| 1.3 Visão .....   | 02        |
| 1.4 Missão .....  | 02        |
| 1.5 Fatores críticos de sucesso.....                                  | 02        |
| 1.6 Resumo Financeiro .....   | 03        |
| <b>2.RESUMO DA EMPRESA</b> .....                                      | <b>03</b> |
| <b>2.1 Visão</b> .....  | <b>05</b> |
| 2.2 Missão .....  | 05        |
| 2.3 Serviço .....   | 06        |
| 2.4 Localização .....   | 06        |
| 2.5 Aspectos legais .....   | 06        |
| <b>3 PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....                                    | <b>08</b> |
| 3.1 Analise de SWOT (forças, fraquezas, ameaças e oportunidade) ..... | 08        |
| 3.1.2 pontos fortes.....  | 09        |
| 3.1.3 pontos fracos .....   | 09        |
| 3.1.4 Oportunidades .....   | 09        |
| 3.1.5 Ameaças .....   | 10        |
| <b>4. ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO</b> .....                                 | <b>10</b> |
| 4.1 Estratégia de Marketing .....                                     | 10        |
| 4.2 Marketing Mix .....   | 11        |
| 4.3 Produto.....  | 11        |
| 4.4 Preço .....   | 11        |
| 4.5 Praça .....   | 11        |
| 4.6 Promoção .....  | 12        |
| <b>5 ORGANIZAÇÃO E GERÊNCIA DO NEGÓCIO</b> .....                      | <b>12</b> |
| 5.1 Processos.....  | 12        |
| <b>6 PLANEJAMENTO FINANCEIRO</b> .....                                | <b>13</b> |
| 6.1 Pressupostos Financeiros .....                                    | 14        |
| 6.1.1 Investimentos iniciais .....                                    | 14        |
| 6.1.2 Material necessário a comercialização .....                     | 16        |

|  |           |
|--|-----------|
| 6.1.3 Quadro estrutural de custos .....                            | 16        |
| 6.1.4 Preço de venda .....   | 17        |
| 6.1.5 Faturamento .....  | 18        |
| 6.1.6 Margem de contribuição .....                                 | 18        |
| <b>7.DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO .....</b>              | <b>19</b> |
| <b>7.1 Ponto de equilíbrio .....</b>                               | <b>20</b> |
| 7.2 Fluxo de caixa .....   | 20        |
| 7.3 Indicadores de avaliação de negócio .....                      | 20        |
| 7.4 Payback Descontado .....                                       | 21        |
| 7.5 Valor Presente Líquido (VPL).....                              | 21        |
| 7.6 Taxa Interna de Retorno (TIR) .....                            | 21        |
| <b>8 BALANÇO.....</b>  | <b>23</b> |
| <b>9 BIBLIOGRAFIA.....</b>   | <b>24</b> |
| <i>Anexo I - Determinação do preço de Venda dos Produtos .....</i> | <i>25</i> |
| <i>Anexo II – DRE PROJETADA.....</i>                               | <i>26</i> |
| <i>Anexo III – FLUXO DE CAIDA PROJETADA.....</i>                   | <i>27</i> |
| <i>Anexo IV – PREÇO DE VENDA.....</i>                              | <i>29</i> |

## **ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA EMPRESARIAL**

### **1 - SUMÁRIO EXECUTIVO**

#### **1.1- Objetivo do Plano**

Este plano tem como objetivo demonstrar reflexões de questões relacionadas a seus produtos oferecendo, como principais estratégias de marketing e estratégias de organização e projeções financeiras da empresa Tavares & Silva Bar e Restaurante que atuará no mercado, oferecendo comidas, bebidas e pratos feitos, além de verificar qual a viabilidade do projeto, obter sucesso e se consolidar no mercado.

#### **1.2- Oportunidade Identificada**

Como principal fator motivador da elaboração deste Plano de Negócios, temos o fato de o empreendimento se propor a trabalhar com um conceito diferenciado no quesito de produção e qualidade, Ou seja, a empresa Tavares & Silva entrará no mercado oferecendo produtos com preços acessíveis, com qualidade tanto na elaboração quanto na higienização, com um ambiente amplo e uma variedade de produtos ao gosto de seus clientes.

#### *Descrição do Negócio*

A empresa estará localizada na Rod. Arthur Bernardes nº 45, município de Belém-Pa O negócio terá como sócios majoritários Isac Ribeiro da Silva e Renato Martins Tavares, ambos estudantes do curso de Ciências Contábeis. **A Coma Bem Bar & Restaurante** será constituída como sociedade limitada por cotas de responsabilidade Ltda. com a razão social de: Tavares & Silva Ltda, e tendo como nome Fantasia Coma Bem Bar & Restaurante. O capital social será de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), encontrando – se inteiramente integralizado pelos sócios o qual passa a ser dividida em 50.000 quotas, no valor nominal de R\$ - 1,00 cada uma.



### **1.3- Visão**

A visão da empresa é Tornar-se referência na comercialização de comidas e bebidas com diversificação de seus produtos. Nossa percepção é que cada vez mais as pessoas procurem qualidade nos serviços que são proporcionados a elas, e busquem utilizar o seu tempo de modo dinâmico.

### **1.4- Missão**

A missão da **Coma bem bar & restaurante** é comercializar produtos de alta qualidade com preços competitivos assegurando aos nossos clientes um padrão de qualidade em todos nossos produtos.

### **1.5- Fatores Críticos de Sucesso**

**Qualidade nos produtos:** O diferencial desta empresa esta na qualidade, eficiência e limpeza, pois a maioria dos adversários utilizam matéria-prima de caráter duvidoso, equipamentos de cozinha, móveis e utensílios utilizados para elaborar os produtos ficam expostos ao ar livre e o ambiente é inadequado para se fazer refeições.

**Qualidade no atendimento:** Atendimento rápido e eficaz para o cliente receber um bom serviço, com agilidade, conforto e fineza

**Preços acessíveis:** A empresa irá vender seus produtos no preço de mercado, portanto, acessível a qualquer pessoal.

**Pagamento com cartão de credito:** Através desta forma de pagamento a empresa espera conquistar um grande número de clientes, pois será a única a disponibilizar esta forma de pagamento

### **1.6- Resumo Financeiro**

O investimento inicial estará em torno de R\$ 83.847,85 (oitenta e três mil, oitocentos e quarenta e sete reais e oitenta e cinco centavos). Nos primeiros dois meses, realizaremos as obras com vista ao melhoramento da infra-estrutura, compras de móveis e utensílios e investimentos em marketing. No terceiro mês pretendemos inaugurar o bar e restaurante.

Estaremos investindo em propaganda e publicidade antes da abertura do empreendimento e deveremos manter esse investimento ao longo dos meses. Lançaremos promoções para nossos clientes na inauguração do empreendimento, visando um marketing de relacionamento.

Verificando os indicadores podemos concluir que o empreendimento é viável, pois iremos ter um retorno do investimento em 2 anos. O VPL positivo significa que depois de devolver aos sócios o capital investido, atualizado a taxa considerada, restou em caixa o montante de R\$ 137.472,99 E a TIR (Taxa Interna de Retorno) sendo maior que a taxa de desconto considerada significa que o investimento no bar e Restaurante é viável.

## **2- RESUMO DA EMPRESA**

A Coma Bem Bar & Restaurante, empresa no ramo de comércio de comidas e bebidas, que se propõe a oferecer a melhor qualidade no seu segmento, tendo como principais produtos:

Churrasco, prato feito, feijoada, arroz com galinha, maniçoba, refrigerantes, cerveja, água mineral, energéticos, vodika, wuisk, vinho, inovando sempre em qualidade, dando conforto, bem estar, satisfação e certeza da qualidade de nossos produtos.

Os sócios proprietários da empresa são:

Renato Martins Tavares , 23 anos, estudante do curso de Ciências Contábeis pela UFPA (Universidade Federal do Pará), trabalhou na WS CONSULTORIA FINANCEIRA, durante 3 anos na análise financeira das empresas, verificando os custos das empresas, seu faturamento com a finalidade de orientar empresários na tomada de decisões. É um dos sócios fundadores da Coma Bem Bar & Restaurante.

Isac Ribeiro da Silva, 29 anos, estudante do Curso de Ciências Contábeis pela UFPA (Universidade Federal do Pará), trabalhou na FADESP (Fundação de Amparo e Desenvolvimento da Pesquisa), durante 3 anos no setor de compras e serviços, como Técnico administrativo

Pela formação e experiências dos sócios, as responsabilidades serão divididas da seguinte forma: O sócio Renato Martins Tavares, será o principal gerente da empresa, além de ser responsável pelo atendimento aos clientes, treinamento, gestão dos garçons e cozinheiros; Já o sócio Isac Ribeiro da Silva, vai dividir a gestão do restaurante e será responsável pelas compras e pelos produtos oferecidos pelo restaurante.

A Coma Bem Bar & Restaurante será constituída como uma sociedade limitada por cotas de responsabilidade Ltda, com a razão social de: Tavares & Silva Ltda, e seu nome fantasia Coma Bem Bar & Restaurante. O capital social será de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), encontrando – se inteiramente integralizado pelos sócios o qual passa a ser dividido em 100.000 quotas, no valor nominal de R\$ - 1,00 cada uma.

As despesas com investimento totalizará R\$ 83.847,85 (oitenta e três mil, oitocentos e quarenta e sete reais e oitenta e cinco centavos). Neste valor está incluso os gastos iniciais necessários para legalizar o seu funcionamento, existência e viabilizar a sua operacionalização nos primeiros meses. A empresa irá se localizar na Rodovia Arthur Bernardes, nº 45.

## **2.1- Visão**

Tornar-se referência na comercialização de comidas e bebidas no estado do Pará com diversificação dos seus produtos. Nossa percepção é que cada vez mais as pessoas busquem qualidade nos serviços que são oferecidos a elas, e procurem utilizar o seu tempo de modo eficaz. No ramo dos bares e restaurante, isso reflete nos seguintes aspectos:

Na busca das pessoas de fazer do horário das refeições simultaneamente o momento de desfrutar sua alimentação e de ser um espaço agradável para convivência com colegas de trabalho, amigos e parentes.

- Tornar-se referência na comercialização de comidas e bebidas com diversificação de produtos.
- Pagar por um preço que possa estar dentro de seu orçamento, limitado para a maioria dos brasileiros.

Um bar e restaurante para ter sucesso precisa então oferecer:

- Qualidade traduzida pelo valor gastronômico (comida gostosa), pelo cuidado com o aspecto da saúde e com preços competitivos.
- Atendimento de qualidade para que os clientes ( eficaz e rápido).

## **2.2- Missão**

A missão da Coma Bem Bar & Restaurante é comercializar produtos de alta qualidade com preços competitivos assegurando aos nossos clientes um padrão de qualidade contínuo e consistente em todos nossos produtos.

Queremos que nossos serviços passem a fazer parte do lazer das pessoas e não apenas se constituir no local onde elas fazem as refeições.

Nosso objetivo é fazer da Coma Bem Bar & Restaurante um empreendimento de renome na cidade obtendo uma excelente lucratividade, oferecendo qualidade aos clientes e treinamento constante aos seus funcionários.

### **2.3- Serviço**

A Coma Bem Bar & Restaurante irá trabalhar no ramo de comércio de comidas e bebidas, que se propõe a oferecer a melhor qualidade no seu segmento. Inovando sempre em qualidade, dando conforto, bem estar, satisfação e certeza da qualidade de nossos produtos. Outros atrativos serão oferecidos, como ambiente agradável, música e rapidez no serviço.

O funcionamento da Coma Bem Bar & Restaurante será de segunda a sexta, no horário de 08:00h às 22:00h. Este horário de fechamento estabelecido tem flexibilidade, pois pretendemos fechar somente quando acabar o movimento.

### **2.4- Localização**

Os proprietários buscaram três alternativas de localização:

- Bairro do Pedreira – Próximo a Aldeia Cabana
- BR 316, Km 01 – Próximo ao Shopping Castanheira
- No bairro da Pratinha – Próximo as fabricas e transportadoras

A alternativa escolhida foi no bairro da Pratinha em um imóvel de 100 m<sup>2</sup>, na Avenida Arthur Bernardes, nº 45. Este espaço foi escolhido em virtude da inexistência de empreendimentos de qualidade, nas proximidades dos clientes e o fato do custo do imóvel ser mais baixo em relação às outras localidades.

### **2.5 - Aspectos Legais**

A Coma Bem Bar & Restaurante vai nascer e ter personalidade jurídica, a partir de seu registro. Será uma empresa comercial e constituída como uma sociedade limitada por cotas,na qual os sócios serão:

Renato Martins Tavares, idealizador do Bar & Restaurante e que será seu principal gerente. Será responsável pelo atendimento aos clientes, treinamento e gestão dos garçons e mestres.

Isac Ribeiro da Silva o outro sócio vai dividir a gestão do restaurante e será responsável pela compra dos alimentos oferecidos pelo restaurante.

Para isso serão necessários a seguinte documentação:

- Inscrição no cadastro de contribuintes mobiliários;
- Inscrição como microempresa no regime simplificado do ICMS;
- Alvará de Funcionamento e Alvará de Vigilância Sanitária, quando se tratar de
- industrial e\ou comércio de produtos alimentícios, obtidos na prefeitura municipal;
- Solicitação de Vistoria das Condições de Segurança e Proteção contra Incêndios,
- feita no corpo de Bombeiros;
- Registro no Sindicato Patronal: para atividades comerciais, feito no setor de enquadramento Sindical da Federação do Comércio, no estado; para atividades industriais,
- no setor de Enquadramento Sindical da Federação das Industriais, no caso de prestação de serviços, no conselho ou associação correspondente;
- Impressão de Notas Fiscais: Solicitar ao posto fiscal da Jurisdição para empresa de
- comércio ou indústria ou na prefeitura para prestação de serviços, autorização para emissão de notas fiscais; toda a empresa, mesmo as isentas do pagamento do ICMS e ISS, devem emitir notas fiscais;
- Registro do produto junto à Secretaria de Estado e Saúde, no caso de produtos
- alimentícios, cosméticos farmacêuticos e embalagens;
- Os sócios irão integralizar o capital social com 50% cada.

### 3- PRODUTOS E SERVIÇOS

Produtos que comercializamos inicialmente são 12 ao total, conforme segue: aceitação no mercado oferecendo maior segurança ao negócio, por se tratar de itens de giro fácil e rápido. Nossos principais fornecedores são: distribuidores, supermercados, feiras-livres, açougues, e casas de frios. A equipe de produção é composta por cinco pessoas que se revezam Churrasco, prato feito, feijoada, arroz com galinha, maniçoba, refrigerantes, cerveja, água mineral, energéticos, vodka, whisky, vinho.

A empresa se propôs a comercializar estes produtos buscando dessa forma trabalhar com itens de fácil saída no período do dia e noite, sendo duas cozinheiras um caixa e dois gascões que ficam responsáveis pela produção diária dos produtos fabricados no estabelecimento.

Pretendemos ter uma comida de qualidade, que não é encontrada na redondeza, e com a preocupação com os aspectos de qualidade e da saúde. Outro objetivo é fazer com que o cliente se sinta bem acolhido pela nossa equipe de garçons, com um tratamento individualizado, como se fosse o único cliente em nosso estabelecimento, ou seja, queremos que ele se sinta como cliente número um de nossa empresa.

#### *3.1- Análise SWOT (Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades)*

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usado como base para gestão e planejamento estratégico de uma corporação ou empresa, mas podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário, desde a criação de um *blog* à gestão de uma multinacional.

Após levantarmos os pontos fracos e fortes da concorrência, deveremos realizar uma análise das características da Coma Bem Bar e Restaurante que contemple seus pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades, sendo representada pela sigla SWOT:

### 3.1.2 Pontos Fortes

- **Qualidade no atendimento:** Atendimento rápido e eficaz para o cliente perceber um bom serviço, rapidez, conforto e cortesia
- **Preços acessíveis:** A empresa irá vender seus produtos no preço de mercado, portanto acessível a qualquer pessoal.
- **Pagamento com cartão de crédito:** Através desta forma de pagamento a empresa espera conquistar um grande número de clientes, pois será a única a disponibilizar esta forma de pagamento.

### 3.1.3 Pontos Fracos

- **Inexperiência do mercado:** Devido ao fato de ser uma empresa startup, a inexperiência deve ser considerada. Portanto a empresa terá estratégias em promoção a qual atraíra vários clientes.

### 3.1.4 Oportunidades

**Busca de novas opções de lazer:** Possibilidade de proporcionar ao público alvo uma melhoria na qualidade de vida através da comida de qualidade e de uma nova forma de diversão para todos os nichos do mercado.

**Comidas:** Os alimentos elaborados pela concorrência não apresentam as mínimas condições de higiene, podendo o usuário sofrer com graves problemas de saúde.

### 3.1.5 Ameaças

**Concorrentes:** A maioria dos concorrentes são ilegais. Logo este fator pode complicar a política de preços da empresa; além de atrair os consumidores pelos baixos preços prejudicando assim o faturamento.

**Conjuntura Econômica:** Por meio de um conceito básico da macroeconomia, se temos um aumento das taxas de inflação ou aumento da



taxa de juros a um patamar muito elevado, os reflexos negativos nos produtos e nos investimentos são imediatos.

## **4 ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO**

### *4.1 - Estratégia de Marketing*

A Coma Bem Bar & Restaurante, será visto como um estabelecimento onde as pessoas se sintam à vontade e se alimentem bem, com prazer. Por ser um bar e restaurante, o mercado-alvo é bem abrangente e procura familiarizar a diversos ambientes para uma maior aceitação no mercado. Logo todas as pessoas, de todas as classes, que gostam de produtos de qualidade, e um ambiente reservado, estarão convidados a conhecer a Coma Bem Bar & Restaurante.

A empresa visa garantir a eficiência do seu ramo de atividade buscando investir em marketing, lançando promoções aos clientes, colocando a disposição do mercado as vantagens na utilização de cartões de crédito nas compras realizadas no estabelecimento, além de implantar uma política de preços especiais facilitando o pagamento de nosso cliente.

### *4.2- Marketing Mix*

O marketing mix compreende todas as estratégias relacionadas ao sucesso do empreendimento. Caracteriza-se pelas análises de marketing em produto, preço, praça e promoção, também conhecidos como os 4 Ps.

### *4.3 Produto*

Os produtos servidos pela Coma Bem Bar & Restaurante provêm dos melhores fornecedores, sendo todos os produtos de alta qualidade, servidos por profissionais capacitados e treinados, satisfazendo todas as necessidades de nossos clientes distinguindo de nossos concorrentes pela especialização em comidas. Nossa comida é elaborada em perfeitas condições de higiene, bem dosados e aprovados por nutricionista. Será realizado marketing de

relacionamento, com ênfase na primeira visita e no programa de fidelidade, a fim de verificar quais os gostos dos nossos clientes, suas preferências para quem sabe promover a inserção de uma nova linha de produtos.

#### 4.4 Preço

A definição das estratégias relacionadas aos preços é de extrema importância, já que os mesmos afetam a demanda, influenciam a imagem do produto e ajudam a atingir o mercado-alvo. Para determinação do preço de venda foram considerados, principalmente, os preços praticados pelos concorrentes e o padrão do nosso fornecimento. Ofereceremos possibilidades quanto à forma de pagamento, com parcelamento de até duas vezes, de acordo com o volume da compra de cada cliente.

#### 4.5 Praça

A divulgação da Coma Bem Bar & Restaurante será realizada através da distribuição de folhetos em locais estratégicos. O marketing boca a boca é muito expressivo, além de não ter custo financeiro para a empresa. Vamos primar pela qualidade dos produtos e serviços oferecidos, fazendo com que nossos clientes sejam os principais vendedores da empresa.

#### 4.6 Promoção

Neste item, estabelecemos todas as estratégias relacionadas à promoção da empresa. Elas são consideradas fundamentais para o conhecimento da mesma por parte do público-alvo e para que cada vez mais conquiste a sua fatia no mercado. Sendo assim, a Coma Bem Bar & Restaurante, promoverá da seguinte forma:

- Oferecendo descontos consideráveis para clientes fiéis.
- Aniversariante não paga, desde que traga dez acompanhantes.

## 5- ORGANIZAÇÃO E GERÊNCIA DO NEGÓCIO

□

Dois sócios trabalhando em gerenciar o restaurante: um sócio será responsável pelo atendimento aos clientes, treinamento e gestão dos garçons e cozinheiros e o outro sócio irá dividir a gestão do restaurante e será responsável pelas compras e pelos produtos a serem oferecidos pelo bar e Restaurante.

Cinco colaboradores, a saber:

2 Garçons;

2 Cozinheiros;

1 caixa.

### 5.1 Processos

Matérias-primas de consumo do Bar e Restaurante - a política de compra de matéria prima para a empresa tomará o cuidado de evitar a imobilização de capital de giro desnecessária, até porque uma parte significativa dessas compras deve ser feita a cada dia para que se tenham ingredientes frescos e de qualidade do mercado local. Não se devem fazer compras em grande quantidade para evitar a ocupação de grandes espaços físicos para armazenamento e, conseqüentemente, onerar ainda mais os custos.

Há itens que vale apenas ter em estoque como enlatados e bebidas alcoólicas, que precisam ser comprados levando em conta boas ofertas e também o consumo, que é medido sempre. O responsável pelas compras tem também como objetivo o máximo de lucratividade da empresa, através de um processo de compras bem orientadas e executadas, visando assegurar qualidade, evitar faltas e sobras, buscar preços adequados e fornecimento garantido dos itens mais importantes.

Para melhor controlar os estoques, o almoxarife fará semanalmente um inventário e controlara as entradas e saídas. Esta atividade será realizada diariamente pelo sócio Isac Ribeiro da Silva. O método utilizado pelo Bar e Restaurante será o de cotação de preços, em que são consultados vários

fornecedores e selecionados os que oferecerem os melhores preços e condições de pagamento, variedade, qualidade, prazos e formas de entrega.

Os fornecedores selecionados serão cadastrados num registro de fornecedores. A cozinha deve ser sempre mantida limpa, podendo ser visitada a qualquer momento pelos clientes, pratica esta que será implantada pelos atendentes que terão o costume de trazer como são preparados os salgados e o prato feito e mostrar como a cozinha é limpa. Além da limpeza da cozinha, a vestimenta do pessoal que trabalha lá deverá ser totalmente limpa. As finanças serão de responsabilidade dos proprietários,

## **6 PLANEJAMENTO FINANCEIRO**

Para fazer o nosso planejamento financeiro, precisávamos orçar utensílios para cozinha, utensílios para o salão de refeições, instalações da cozinha, instalações dos banheiros, moveis destinados ao salão de refeição, despesas mensais com energia elétrica, telefonia, folha de pagamento etc. Os itens relativos aos equipamentos, utensílios, instalações, móveis e uma estimativa da obra constam anexos na descrição dos investimentos.

### *6.1 Pressupostos Financeiros*

Todos os valores projetados para este plano financeiro foram embasados em algumas premissas que são discriminadas a seguir:

#### **6.1.1 Investimentos Iniciais**

Para o período startup da empresa, foram identificadas algumas necessidades de investimentos para a sua operacionalização inicial que estão discriminadas em anexo (Investimentos Iniciais). A seguir estão discriminadas as maneiras como foram estimados os principais valores de investimento inicial. O valor total para o investimento inicial no cenário realista calculado foi aproximadamente de R\$ 83.847,85

- A.** Os valores destinados à abertura da empresa, denominados como despesas operacionais, referente aos serviços profissionais de contabilidade e advocacia foram baseadas no preço mercado e quanto às taxas para legalização da empresa baseado na legislação vigente.
- B.** Os valores destinados à mobília e estrutura foram baseados nos preços cotados em fornecedores de mobília e do maquinário escolhido pelos sócios Isac Ribeiro e Renato Tavares.
- C.** Os valores destinados às obras foram baseados nos preços cobrados por profissionais necessários à execução da reforma.
- D.** Os valores referentes a utensílios foram baseados na necessidade inicial da empresa e nos fornecedores escolhidos.
- E.** O valor referente aos empréstimos bancários foi baseado numa simulação no Banco do Brasil.
- F.** O valor referente ao marketing foi baseado nos preços cobrados por profissionais para confecção de folders.

Tabela 4 - Plano de Investimentos

| <b>QUADRO DE NECESSIDADES</b>                        |               |                    |                      |
|--|---------------|--------------------|----------------------|
| <b>ITEM</b>  | <b>QUANT.</b> | <b>VALOR UNIT.</b> | <b>VALOR TOTAL</b>   |
| <b>1 - EQUIPAMENTO DE COZINHA</b>                    |               |                    |                      |
| Freezer horizontal                                   | 4             | 1.100,00           | 4.400,00             |
| Chapeira   | 1             | 360,00             | 360,00               |
| Liquidificadore industrial                           | 1             | 370,50             | 370,50               |
| Fogão industrial                                     | 2             | 800,00             | 1.600,00             |
| Sistema de exaustão                                  | 1             | 210,00             | 210,00               |
| <b>SUB - TOTAL</b>                                   |               |                    | <b>6.940,50</b>      |
| <b>2 - UTENSÍLIOS PARA COZINHA</b>                   |               |                    |                      |
| Jogo de facas  | 3             | 30,00              | 90,00                |
| Bacias plásticas                                     | 4             | 6,50               | 26,00                |
| Frigideiras  | 5             | 16,00              | 80,00                |
| Panelas diversas                                     | 10            | 35,00              | 350,00               |
| Abridores de lata                                    | 2             | 1,50               | 3,00                 |
| Espátulas  | 3             | 5,45               | 16,35                |
| Garfos   | 4             | 6,00               | 24,00                |
| <b>SUB - TOTAL</b>                                   |               |                    | <b>589,35</b>        |
| <b>3 - UTENSÍLIOS PARA O SALÃO DE REFEIÇÕES</b>      |               |                    |                      |
| Pratos   | 50            | 3,00               | 150,00               |
| jogo de talheres (10 und)                            | 10            | 15,00              | 150,00               |
| Copos diversos                                       | 100           | 1,25               | 125,00               |
| Bandejas   | 10            | 12,00              | 120,00               |
| Cestas de lixo                                       | 4             | 5,75               | 23,00                |
| <b>SUB - TOTAL</b>                                   |               |                    | <b>568,00</b>        |
| <b>4 - INSTALAÇÕES</b>                               |               |                    |                      |
| salão de recepção                                    | 1             | 3.000,00           | 3.000,00             |
| Cozinha  | 1             | 4.250,00           | 4.250,00             |
| Banheiro   | 1             | 850,00             | 850,00               |
| <b>SUB - TOTAL</b>                                   |               |                    | <b>8.100</b>         |
| <b>5 - MÓVEIS PARA O SALÃO DE REFEIÇÕES</b>          |               |                    |                      |
| Mesas  | 25            | 60,00              | 1.500,00             |
| Cadeiras   | 100           | 35,00              | 3.500,00             |
| Balcão de recepção                                   | 1             | 550,00             | 1.250,00             |
| computadores   | 2             | 700,00             | 1.400,00             |
| <b>SUB - TOTAL</b>                                   |               |                    | <b>7.650,00</b>      |
| <b>6 - LOCAL</b>                                     |               |                    |                      |
| Imóvel   | 1             | 50.000,00          | 50.000,00            |
| <b>SUB - TOTAL</b>                                   |               |                    | <b>50.000,00</b>     |
| <b>7- ESTOQUE</b>                                    |               |                    |                      |
| <b>Mercadorias</b>                                   | <b>1</b>      | <b>10.000,00</b>   | <b>10.000,00</b>     |
| <b>SUB-TOTAL</b>                                     |               |                    | <b>R\$ 10.000,00</b> |
| <b>7- FUNCIONARIOS</b>                               |               |                    |                      |
| caixa  | 1             | 515,00             | 515,00               |
| cozinheiros  | 2             | 650,00             | 1.300,00             |
| garçons  | 2             | 580,00             | 1.160,00             |
| <b>TOTAL DO INVESTIMENTO (1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6)</b> |               |                    | <b>83.847,85</b>     |
| <b>INVESTIMENTO TOTAL</b>                            |               |                    | <b>83.847,85</b>     |

### 6.1.2- Material necessário para a comercialização

Através de um levantamento realizado junto aos nossos concorrentes e potenciais clientes, a Coma Bem Bar & Restaurante necessita produzir e comercializar em média de 11.400 unidades por mês para suprir as necessidades do mercado

### 6.1.3- Quadro Estrutural de Custos

A empresa iniciará seus negócios adquirindo de fornecedores matéria-prima para a produção e comercialização de 11.400 unidades e de acordo com o levantamento exposto acima à empresa terá produtos para serem comercializados por um mês, observando que se tratam em sua maioria de produtos perecíveis, e em sua maioria necessitam que sejam comprados diariamente

| <b>QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTOS DOS PRODUTOS</b> |                     |
|---|---------------------|
|   | <b>VALOR EM R\$</b> |
| <b>CUSTO VARIÁVEL</b>                           | <b>24.824,38</b>    |
| <b>PRODUTOS</b>                                 | <b>22.013,70</b>    |
| <i>Churasco ( 600 porções mês)</i>              | 1.719,75            |
| <i>Prato Feito (3000 und mês)</i>               | 2.823,00            |
| <i>Feijoada ( 900 porções mês)</i>              | 368,55              |
| <i>Arroz com Galinha ( 600 und mês )</i>        | 197,70              |
| <i>Maniçoba ( 900 porções mês)</i>              | 382,80              |
| <i>Refrigerantes (480 und mês)</i>              | 427,20              |
| <i>Cerveja 600 mL (2160 und mês)</i>            | 3.607,20            |
| <i>Água Mineral (1500 und mês)</i>              | 510,00              |
| <i>Energeticos (750 und mês)</i>                | 817,50              |
| <i>Vodka (150 und mês)</i>                      | 3.000,00            |
| <i>Wuisk (120 und mês)</i>                      | 5.520,00            |
| <i>Vinho (240 und mês)</i>                      | 2.640,00            |
| <b>DESPESA VARIÁVEIS</b>                        | <b>50,00</b>        |
| <i>material descartável</i>                     | 50,00               |
| <b>MÃO-DE-OBRA DIRETA</b>                       | <b>2.108,68</b>     |
| <i>Cozinheiros</i>                              | 2.108,68            |
| <b>BOTIJÃO DE GÁS</b>                           | <b>702,00</b>       |
| <b>CUSTOS FIXOS</b>                             | <b>3.744,83</b>     |
| ÁGUA  | 100,00              |
| ENERGIA ELÉTRICA                                | 250,00              |
| TELEFONE  | 80,00               |
| DEPRECIÇÃO                                      | 297,89              |
| HONORÁRIOS DO CONTADOR                          | 200,00              |

|                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| MÃO-DE-OBRA INDIRETA        | 2.716,94         |
| DESPESAS C/ PROPAGANDA      | 100,00           |
| <b>CUSTO VARIÁVEL TOTAL</b> | <b>24.824,38</b> |
| <b>CUSTOS FIXOS TOTAL</b>   | <b>3.744,83</b>  |
| <b>CUSTO TOTAL</b>          | <b>28.569,21</b> |

#### 6.1.4- Preço de Venda

A formação do preço de venda de qualquer produto depende de muitos fatores, entre os quais se destaca a demanda de cada um deles. Porém, o custo de produção é, inegavelmente, um dos fatores de grande importância na determinação do preço final dos produtos, uma vez que é muito raro uma empresa vender um bem abaixo do seu custo. O custeio por absorção foi escolhido.

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>FÓRMULA</b>          |  |
| <b>PREÇO DE VENDA =</b> | $\frac{\text{CUSTO TOTAL P/ UND}}{1 - \text{IMPOSTOS} + \text{MARGEM DE LUCRO}}$ |

| <b>PRODUTO</b> | <b>CUSTO P/ UND</b> | <b>MARGEM DE LUCRO</b> | <b>PREÇO DE VENDA</b> |
|----------------|---------------------|------------------------|-----------------------|
| CHURRASCO      | 3,69                | 30,3%                  | 7,00                  |

| <b>IMP + M. LUCRO</b> | <b>PERCENTUAL</b> |
|-----------------------|-------------------|
| IMPOSTO               | 17,00%            |
| MARGEM DE LUCRO       | 30,3%             |
| <b>TOTAL</b>          | <b>47%</b>        |

| <b>TESTE</b>    |             |
|-----------------|-------------|
| CUSTO TOTAL     | 3,69        |
| IMPOSTO         | 1,19        |
| MARGEM DE LUCRO | 2,12        |
| <b>PV</b>       | <b>7,00</b> |



### **6.1.5- Faturamento**

Para estimar o faturamento da empresa, foram considerados os dados da análise de mercado e da vendagem diária de nossos principais concorrentes em questão. Adotou se, desta maneira, uma projeção de vendas mensal de 11.400 unidades para o primeiro ano e uma taxa de crescimento de 10% ao ano para os próximos cinco anos

### **6.1.6- Margem de Contribuição**

Margem de contribuição é a diferença entre o preço de vendas de um produto menos os seus Custos e Despesas Variáveis. Podemos entender ainda, que a margem de contribuição é a parcela da receita total que ultrapassa os custos e despesas variáveis e que contribuirá para cobrir as despesas fixas e, ainda, formar o lucro.

## 7- Demonstração do Resultado do Exercício

A demonstração do resultado do exercício como o próprio nome sugere, demonstra o resultado obtido pela empresa em determinado período, isto é, o lucro ou prejuízo, podendo ser entendido como o resumo ordenado das receitas e das despesas da empresa. É elaborada subtraindo-se os custos e despesas da receita, além de impostos, abatimentos e devoluções concedidas; tendo como resultado o lucro ou prejuízo do período analisado.

### DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

|   | 1º MÊS  | 1º ANO  |
|---|---|---|
| <b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>  | <b>37.797,00</b>                                  | <b>377.970,00</b>                                       |
| (-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA<br>Impostos (Icms 17%)                                  | (6.425,49)  | (64.254,90)   |
| <b>= RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>  | <b><u>31.371,51</u></b>                           | <b><u>313.715,10</u></b>                                |
| (-) CUSTOS DAS VENDAS<br>Custo dos Produtos Vendidos                                  | (26.420,10)                                       | (264.201,00)  |
| <b>= RESULT. OPERACIONAL BRUTO</b>  | <b><u>4.951,41</u></b>                            | <b><u>49.514,10</u></b>                                 |
| (-) <b>DESPESAS OPERACIONAIS</b><br>Despesas com vendas<br>Depreciação<br>Amortização | <b>(415,39)</b><br>(50,00)<br>(297,89)<br>(67,50) | <b>(4.519,39)</b><br>(500,00)<br>(3.276,89)<br>(742,50) |
| <b>= RESULT. OPERACIONAL LÍQUIDO</b>  | <b><u>4.536,02</u></b>                            | <b><u>44.994,71</u></b>                                 |
| <b>= LUCRO LÍQUIDO ANTES DA CSLL</b>  | <b><u>4.536,02</u></b>                            | <b><u>44.994,71</u></b>                                 |
| (-) Provisão p/ CSLL - 9%   | (408,24)  | (4.049,52)  |
| <b>= LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR</b>  | <b><u>4.536,02</u></b>                            | <b><u>44.994,71</u></b>                                 |
| (-) Provisão p/ IR - 15%  | (680,40)  | (6.749,21)  |
| <b>LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>   | <b>3.447,38</b>                                   | <b>34.195,98</b>  |

### 7.1- Ponto de Equilíbrio

No ponto de equilíbrio não há lucro nem prejuízo. É o ponto no qual a receita proveniente das vendas equivale à soma dos custos fixos e variáveis. É de grande utilidade, pois possibilita ao empresário saber em que momento seu empreendimento começa a obter lucro e, assim, torna-se uma importante ferramenta gerencial.

A Coma Bem Bar & Restaurante está na seguinte situação, a empresa terá que gerar valor suficiente para cobrir seus custos e despesas totais, no caso da churrasco terá que vender 86 unidades para começar a obter lucro, em dinheiro só a partir de R\$ 599,45. Em anexo

### 7.2- Fluxos de Caixa

De acordo com esses pressupostos financeiros, foi elaborada uma demonstração dos Fluxos de Caixa projetado para os cinco primeiros anos de operação. Os itens de receita e desembolso, custos e despesas foram classificados nas atividades operacionais, de investimentos e de financiamentos.

As atividades operacionais constituem aquelas intrínsecas ao ramo de atividade: receitas e despesas mensais e habituais. As atividades de investimento compreendem aquelas necessárias à estruturação do negócio: compra de móveis, utensílios, instalações e equipamentos, bem como obras referidas para o funcionamento do negócio. Em anexo.

### 7.3- Indicadores de Avaliação do Negócio

| Anos | Investimento | Entrada de Caixa | Saída de Caixa | Saldo do Período | Fluxo de Caixa Acumulado | Taxa de Retorno ao Ano | Payback em Anos | Meses |
|------|--------------|------------------|----------------|------------------|--------------------------|------------------------|-----------------|-------|
| 0    | 83.847,85    |                  |                | (83.847,85)      | (83.847,85)              |                        |                 |       |
| 1    |              | 477.970,00       | 412.803,75     | 65.166,25        | 65.166,25                | 78%                    | 2,42            | 29    |
| 2    |              | 415.767,00       | 371.248,01     | 44.518,99        | 109.685,24               | 131%                   | 1,55            | 19    |
| 3    |              | 457.343,70       | 400.012,30     | 57.331,40        | 167.016,64               | 199%                   | 0,77            | 9     |
| 4    |              | 503.078,07       | 435.528,75     | 67.549,32        | 234.565,96               | 280%                   | 0,12            | 1     |
| 5    |              | 553.385,88       | 473.146,22     | 80.239,66        | 314.805,62               |                        |                 |       |

#### 7.4- Payback Descontado

É o período de recuperação de um investimento. Ou seja, o prazo até que o investimento inicial seja recuperado por meio dos fluxos de caixa líquidos positivos gerados pelo negócio. Corresponde, assim, ao período em que os valores dos investimentos realizados e despesas (fluxos negativos) se igualam às entradas de caixa (fluxos positivos). Já o Payback descontado leva em consideração o tempo, isto é, desconta os valores a uma taxa de juros e verifica assim o prazo de recuperação utilizando valores trazidos ao momento presente.

No caso da empresa Coma Bem Bar & Restaurante a recuperação do investimento aconteceu no 3º ano, portanto o payback está entre o ano 2º e o 3º. Portanto podemos dizer que o período de payback descontado será de 2 anos e 6 meses

#### 7.5- Valor Presente Líquido (VPL)

O Valor Presente Líquido (VPL) é um dos instrumentos mais utilizados para avaliar propostas de investimentos de capital. Reflete a riqueza em valores monetários do investimento medida pela diferença entre o valor presente das entradas de caixa e o valor presente das saídas de caixa, a uma determinada taxa de desconto.

Se o VPL for positivo, o projeto é viável, pois o valor presente dos futuros fluxos de caixa é maior que o investimento inicial. Caso contrário, o projeto deve ser rejeitado.

A empresa Coma Bem Bar & Restaurante têm um negócio no qual os sócios investiram, no primeiro ano, o valor de R\$83.847,85. Logo o VPL positivo, significa dizer que depois de devolver aos sócios o capital investido, atualizado a taxa considerada, restou em caixa o montante de R\$ 137.472,99. Podemos dizer que o VPL é o valor criado pelas atividades do negócio.

|              |   |
|--------------|---|
| <b>VPL =</b> | <b>FN</b>                               |
|              | <b>(1+i)<sup>N</sup> - INVESTIMENTO</b> |

|            |                       |
|------------|-----------------------|
| <b>VPL</b> | <b>R\$ 137.472,99</b> |
| <b>TIR</b> | <b>65%</b>            |

#### 7.6. Taxa Interna de Retorno (TIR)

A Taxa Interna de Retorno (TIR) representa a taxa de desconto que iguala, em um único momento, os fluxos de entrada com os de saída de caixa – na verdade, produz um VPL igual à zero. Um investimento é atraente quando a TIR é maior ou igual à taxa de juros vigente no mercado para uma aplicação com o mesmo nível de risco. A TIR de um investimento pode ser:



## 8 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial reflete a posição financeira da empresa em um determinado momento. O balanço é constituído por duas colunas, a do ativo e do passivo e patrimônio líquido. O balanço patrimonial é geralmente acontecido no final do exercício social da empresa. Porém nesse momento será apresentado o Balanço Patrimonial Inicial. Como se pode observar este demonstrativo foi projetado a partir do plano de investimento, sendo os investimentos permanentes todos adquiridos com capital próprio

| <b>ANO 1</b>                     |                          |                               |                          |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| <b>ATIVO</b>                     |                          | <b>PASSIVO</b>                |                          |
| <b>CIRCULANTE</b>                | <b><u>75.166,25</u></b>  | <b>CIRCULANTE</b>             | <b><u>10.798,73</u></b>  |
| <b>DISPONÍVEL</b>                | <b><u>75.166,25</u></b>  | IRPJ a Pagar                  | 6.749,21                 |
| Caixa/ banco conta movimento     | 65.166,25                | CSSL a pagar                  | 4.049,52                 |
| Estoque                          | 10.000,00                |                               |                          |
| <b>NÃO CIRCULANTE</b>            | <b><u>69.828,46</u></b>  |                               |                          |
| <b>Imobilizado</b>               | <b><u>65.747,85</u></b>  |                               |                          |
| Imoveis                          | 50.000,00                |                               |                          |
| Móveis e Utensílios              | 14.347,85                | <b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b> | -                        |
| Computadores e perifericos       | 1.400,00                 |                               | -                        |
| <b>Intangível</b>                | <b><u>8.100,00</u></b>   |                               | -                        |
| Instalações                      | 8.100,00                 | <b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>     | <b><u>134.195,98</u></b> |
|                                  |                          | Capital Social                | 100.000,00               |
|                                  |                          | Rervas de lucros              | 34.195,98                |
| <b>Depreciação Acumulada (-)</b> | <b><u>(3.276,89)</u></b> |                               |                          |
| De Imóveis                       | 1.833,33                 |                               |                          |
| De Móveis e Utensílios           | 1.315,22                 |                               |                          |
| De Computadores e perifericos    | 128,33                   |                               |                          |
| <b>Amortização Acumulada (-)</b> | <b><u>(742,50)</u></b>   |                               |                          |
| De Instalações                   | <b><u>742,50</u></b>     |                               |                          |
| <b>TOTAL</b>                     | <b><u>144.994,71</u></b> | <b>TOTAL</b>                  | <b><u>144.994,71</u></b> |

## BIBLIOGRAFIA

SALIM, Cesar Simões [et. al.]. **Construindo Plano de Negócios**, Rio de Janeiro. Campus, 2005.

PADOVEZE, Clovis Luis. **Contabilidade Gerencial**, São Paulo. Atlas, 2007.

DUBOIS, Alexy [et. al.]. **Gestao de Custos e Formacao de Precos**, São Paulo. Atlas, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**, Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MOREIRA, H. L. Internet. Disponível em [www.peritocontador.com.br](http://www.peritocontador.com.br) .

PLANO DE NEGÓCIOS, Pesquisa conceitos de planos de negócios. Internet. Disponível em: [http://www.pde.com.br/conceitos\\_p2.php](http://www.pde.com.br/conceitos_p2.php).

# ANEXOS

## ANEXO I - DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

### FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

| <b>CUSTEIO POR ABSORÇÃO</b> |                     |                        |                       |
|-----------------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|
| <b>PRODUTO</b>              | <b>CUSTO P/ UND</b> | <b>MARGEM DE LUCRO</b> | <b>PREÇO DE VENDA</b> |
| CHURRASCO                   | 3,71                | 30,0%                  | 7,00                  |
| PRATO FEITO                 | 1,74                | 44,3%                  | 4,50                  |
| FEIJOADA                    | 1,08                | 52,1%                  | 3,50                  |
| ARROZ C/GALINHA             | 1,05                | 48,0%                  | 3,00                  |
| MANIÇOBA                    | 1,37                | 43,9%                  | 3,50                  |
| REFRIGERANTE                | 1,29                | 18,5%                  | 2,00                  |
| CERVEJA 600ML               | 2,04                | 7,5%                   | 2,70                  |
| ÁGUA MINERAL                | 0,73                | 10,0%                  | 1,00                  |
| ENERGETICO                  | 1,47                | 41,0%                  | 3,50                  |
| VODKA (DOSE 50 ML)          | 1,36                | 15,0%                  | 2,00                  |
| WHISHY (DOSE 50 ML)         | 2,66                | 7,0%                   | 3,50                  |
| VINHO (DOSE 50 ML)          | 0,92                | 21,5%                  | 1,50                  |

| <b>CUSTEIO POR ABSORÇÃO</b> |                     |                        |                       |
|-----------------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|
| <b>PRODUTO</b>              | <b>CUSTO P/ UND</b> | <b>MARGEM DE LUCRO</b> | <b>PREÇO DE VENDA</b> |
| CHURRASCO                   | 3,71                | 30,0%                  | 5,30                  |
| PRATO FEITO                 | 1,74                | 44,3%                  | 3,13                  |
| FEIJOADA                    | 1,08                | 52,1%                  | 2,26                  |
| ARROZ C/GALINHA             | 1,05                | 48,0%                  | 2,02                  |
| MANIÇOBA                    | 1,37                | 43,9%                  | 2,44                  |
| REFRIGERANTE                | 1,29                | 18,5%                  | 1,58                  |
| CERVEJA 600ML               | 2,04                | 7,5%                   | 2,20                  |
| ÁGUA MINERAL                | 0,73                | 10,0%                  | 0,81                  |
| ENERGETICO                  | 1,47                | 41,0%                  | 2,49                  |
| VODKA (DOSE 50 ML)          | 1,36                | 15,0%                  | 1,60                  |



|                     |      |       |      |
|---------------------|------|-------|------|
| WHISHY (DOSE 50 ML) | 2,66 | 7,0%  | 2,86 |
| VINHO (DOSE 50 ML)  | 0,92 | 21,5% | 1,17 |

## ANEXO II – DRE PROJETADA PARA OS 5 ANOS

|  | ANO 1                    | ANO 2                    | ANO 3                    | ANO 4                    | ANO 5                    |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>                       | <b>377.970,00</b>        | <b>415.767,00</b>        | <b>457.343,70</b>        | <b>503.078,07</b>        | <b>553.385,88</b>        |
| (-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA<br>Impostos (ICMS - 17%) | (64.254,90)              | (70.680,39)              | (77.748,43)              | (85.523,27)              | (94.075,60)              |
| <b>= RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>                   | <b><u>313.715,10</u></b> | <b><u>345.086,61</u></b> | <b><u>379.595,27</u></b> | <b><u>417.554,80</u></b> | <b><u>459.310,28</u></b> |
| (-) CUSTOS DAS VENDAS<br>Custo dos Produtos Vendidos   | (264.201,00)             | (300.020,28)             | (321.673,34)             | (349.368,36)             | (378.383,23)             |
| <b>= RESULT. OPERACIONAL BRUTO</b>                     | <b><u>49.514,10</u></b>  | <b><u>45.066,33</u></b>  | <b><u>57.921,93</u></b>  | <b><u>68.186,44</u></b>  | <b><u>80.927,05</u></b>  |
| (-) <b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>                       | <b>(4.519,39)</b>        | <b>(4.932,13)</b>        | <b>(4.975,32)</b>        | <b>(5.021,91)</b>        | <b>(5.072,18)</b>        |
| Despesas com vendas                                    | (500,00)                 | (547,34)                 | (590,53)                 | (637,12)                 | (687,39)                 |
| Depreciação  | (3.276,89)               | (3.574,79)               | (3.574,79)               | (3.574,79)               | (3.574,79)               |
| Amortização  | (742,50)                 | (810,00)                 | (810,00)                 | (810,00)                 | (810,00)                 |
| <b>= RESULT. OPERACIONAL LÍQUIDO</b>                   | <b><u>44.994,71</u></b>  | <b><u>40.134,20</u></b>  | <b><u>52.946,61</u></b>  | <b><u>63.164,53</u></b>  | <b><u>75.854,87</u></b>  |
| <b>= LUCRO LÍQUIDO ANTES DA CSLL</b>                   | <b><u>44.994,71</u></b>  | <b><u>40.134,20</u></b>  | <b><u>52.946,61</u></b>  | <b><u>63.164,53</u></b>  | <b><u>75.854,87</u></b>  |
| (-) Provisão p/ a CSLL - 9%                            | (4.049,52)               | (3.612,08)               | (4.765,19)               | (5.684,81)               | (6.826,94)               |
| <b>= LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR</b>                     | <b><u>44.994,71</u></b>  | <b><u>40.134,20</u></b>  | <b><u>52.946,61</u></b>  | <b><u>63.164,53</u></b>  | <b><u>75.854,87</u></b>  |
| (-) Provisão p/ IR E CSLL - 15%                        | (6.749,21)               | (6.020,13)               | (7.941,99)               | (9.474,68)               | (11.378,23)              |
| <b>LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>                      | <b><u>34.195,98</u></b>  | <b><u>30.501,99</u></b>  | <b><u>40.239,42</u></b>  | <b><u>48.005,04</u></b>  | <b><u>57.649,70</u></b>  |

## ANEXO III – PLANILHA DO FLUXO DE CAIXA.

## FLUXO DE CAIXA - PROJETADO 5 ANOS

|                                  |               |
|----------------------------------|---------------|
| <b>IGP-M / 2010</b>              | <b>7,89%</b>  |
| <b>CRESCIMENTO DE 20% AO ANO</b> | <b>10,00%</b> |

|                                   | ANO 1             | ANO 2             | ANO 3             | ANO 4             | ANO 5             |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Caixa Inicial</b>              | -                 | <b>65.166,25</b>  | <b>109.685,24</b> | <b>167.016,64</b> | <b>234.565,97</b> |
| <b>1- ATIVIDADES OPERACIONAIS</b> | <b>65.166,25</b>  | <b>44.518,99</b>  | <b>57.331,40</b>  | <b>67.549,32</b>  | <b>80.239,66</b>  |
| <b>Recebimentos (a)</b>           | <b>477.970,00</b> | <b>415.767,00</b> | <b>457.343,70</b> | <b>503.078,07</b> | <b>553.385,88</b> |
| Faturamento                       | 377.970,00        | 415.767,00        | 457.343,70        | 503.078,07        | 553.385,88        |
| Integralização de Capital         | 100.000,00        |                   |                   |                   |                   |
| <b>Pagamentos (b)</b>             | <b>412.803,75</b> | <b>371.248,01</b> | <b>400.012,30</b> | <b>435.528,75</b> | <b>473.146,22</b> |
| Investimento Inicial              | 83.847,85         | -                 | -                 |                   |                   |
| <b>Custos/Desp. Variáveis</b>     | <b>304.905,90</b> | <b>344.920,96</b> | <b>371.608,04</b> | <b>404.883,39</b> | <b>440.082,95</b> |
| <b>Produtos</b>                   | <b>220.131,00</b> | <b>240.979,00</b> | <b>259.992,25</b> | <b>280.505,63</b> | <b>302.637,53</b> |
| <i>Churrasco</i>                  | <i>17.191,50</i>  | <i>18.825,19</i>  | <i>20.310,50</i>  | <i>21.913,00</i>  | <i>23.641,93</i>  |
| <i>Prato feito</i>                | <i>28.230,00</i>  | <i>30.902,82</i>  | <i>33.341,05</i>  | <i>35.971,66</i>  | <i>38.809,82</i>  |
| <i>Feijoada</i>                   | <i>3.685,50</i>   | <i>4.034,44</i>   | <i>4.352,76</i>   | <i>4.696,19</i>   | <i>5.066,72</i>   |
| <i>Arroz com Galinha</i>          | <i>1.977,00</i>   | <i>2.164,18</i>   | <i>2.334,94</i>   | <i>2.519,16</i>   | <i>2.717,92</i>   |
| <i>Maniçoba</i>                   | <i>3.828,00</i>   | <i>4.190,44</i>   | <i>4.521,06</i>   | <i>4.877,77</i>   | <i>5.262,63</i>   |
| <i>Refrigerantes</i>              | <i>4.272,00</i>   | <i>4.676,47</i>   | <i>5.045,45</i>   | <i>5.443,53</i>   | <i>5.873,03</i>   |
| <i>Cerveja 600 ml</i>             | <i>36.072,00</i>  | <i>39.487,30</i>  | <i>42.602,84</i>  | <i>45.964,21</i>  | <i>49.590,79</i>  |
| <i>Água Mineral</i>               | <i>5.100,00</i>   | <i>5.582,87</i>   | <i>6.023,36</i>   | <i>6.498,60</i>   | <i>7.011,34</i>   |
| <i>Energetico</i>                 | <i>8.175,00</i>   | <i>8.949,01</i>   | <i>9.655,09</i>   | <i>10.416,87</i>  | <i>11.238,76</i>  |
| <i>Vodka</i>                      | <i>30.000,00</i>  | <i>32.840,40</i>  | <i>35.431,51</i>  | <i>38.227,05</i>  | <i>41.243,17</i>  |
| <i>Whisky</i>                     | <i>55.200,00</i>  | <i>60.426,34</i>  | <i>65.193,97</i>  | <i>70.337,78</i>  | <i>75.887,43</i>  |
| <i>Vinho</i>                      | <i>26.400,00</i>  | <i>28.899,55</i>  | <i>31.179,73</i>  | <i>33.639,81</i>  | <i>36.293,99</i>  |
| ICMS (17%)                        | 64.254,90         | 70.680,39         | 77.748,43         | 85.523,27         | 94.075,60         |
| Mão-de-Obra Direta                | 13.000,00         | 14.230,84         | 15.353,65         | 16.565,06         | 17.872,04         |
| Gás                               | 7.020,00          | 7.684,65          | 8.290,97          | 8.945,13          | 9.650,90          |
| Descartáveis                      | 500,00            | 547,34            | 590,53            | 637,12            | 687,39            |

|                                     |                  |                   |                   |                   |                   |
|-------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Impostos a Pagar                    | -                | 10.798,73         | 9.632,21          | 12.707,18         | 15.159,49         |
|                                     |                  |                   |                   |                   |                   |
| <b>Custos Fixos</b>                 | <b>24.050,00</b> | <b>26.327,05</b>  | <b>28.404,26</b>  | <b>30.645,35</b>  | <b>33.063,27</b>  |
| Água                                | 1.000,00         | 1.094,68          | 1.181,05          | 1.274,24          | 1.374,77          |
| Energia Elétrica                    | 2.500,00         | 2.736,70          | 2.952,63          | 3.185,59          | 3.436,93          |
| Telefone                            | 800,00           | 875,74            | 944,84            | 1.019,39          | 1.099,82          |
| Honorários do Contador              | 2.000,00         | 2.189,36          | 2.362,10          | 2.548,47          | 2.749,54          |
| Mão-de-Obra Indireta                | 16.750,00        | 18.335,89         | 19.782,59         | 21.343,44         | 23.027,44         |
| Despesas c/ Propaganda              | 1.000,00         | 1.094,68          | 1.181,05          | 1.274,24          | 1.374,77          |
|                                     |                  |                   |                   |                   |                   |
| <b>2- ATIVID. DE FINANCIAMENTOS</b> | -                | -                 |                   |                   |                   |
| <b>Recebimentos (c)</b>             | -                | -                 |                   |                   |                   |
| Capital de Giro                     | -                | -                 |                   |                   |                   |
| <b>Pagamentos (d)</b>               | -                | -                 |                   |                   |                   |
| Amortização de Empréstimos          |                  |                   |                   |                   |                   |
| <b>CAIXA LÍQUIDO DO PERÍODO</b>     | <b>65.166,25</b> | <b>44.518,99</b>  | <b>57.331,40</b>  | <b>67.549,32</b>  | <b>80.239,66</b>  |
| <b>SALDO DE CAIXA</b>               | <b>65.166,25</b> | <b>109.685,24</b> | <b>167.016,64</b> | <b>234.565,97</b> | <b>314.805,63</b> |

## ANEXO IV PROJEÇÃO DE VENDAS.

### PROJEÇÃO DE VENDAS MENSAIS

| PRODUTO               | QUANT. MENSAL | P. VENDA | VENDAS MENSAIS   |
|-----------------------|---------------|----------|------------------|
| CHURRASCO - PORÇÕES   | 600           | 7,00     | 4.200,00         |
| PRATO FEITO - UND     | 3000          | 4,50     | 13.500,00        |
| FEIJOADA - PORÇÕES    | 900           | 3,50     | 3.150,00         |
| ARROZ C/GALINHA - UND | 600           | 3,00     | 1.800,00         |
| MANIÇOBA - PORÇÕES    | 900           | 3,50     | 3.150,00         |
| REFRIGERANTES - UND   | 480           | 2,00     | 960,00           |
| CERVEJA 600 ML - UND  | 2160          | 2,70     | 5.832,00         |
| AGUA MINERAL - UND    | 1500          | 1,00     | 1.500,00         |
| ENERGETICO - UND      | 750           | 3,50     | 2.625,00         |
| VODKA - DOSE 50 ML    | 150           | 2,00     | 300,00           |
| WHISHY - DOSE 50 ML   | 120           | 3,50     | 420,00           |
| VINHO - DOSE 50 ML    | 240           | 1,50     | 360,00           |
| <b>TOTAL P/ MÊS</b>   | <b>11400</b>  |          | <b>37.797,00</b> |