

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DE MINAS GERAIS - CAMPUS SÃO JOÃO EVANGELISTA
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

KAROLAINE CRISTINA PIMENTA DE SOUZA

**RISCO E ORÇAMENTO DE CAPITAL: análise de um projeto de investimento no
município de São João Evangelista - MG**

SÃO JOÃO EVANGELISTA

2022

KAROLAINÉ CRISTINA PIMENTA DE SOUZA

**RISCO E ORÇAMENTO DE CAPITAL: análise de um projeto de investimento
no município de São João Evangelista - MG**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Federal de Minas Gerais - Campus São João Evangelista como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientadora: Me. Janice Queiroz de Pinho
Gonçalves

SÃO JOÃO EVANGELISTA

2022

REDE DE BIBLIOTECAS

FICHA CATALOGRÁFICA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

-
- S729r Souza, Karolaine Cristina Pimenta de.
Risco e orçamento de capital: análise de um projeto de investimento no município de São João Evangelista - MG. / Karolaine Cristina Pimenta de Souza. – 2022.
84f.: il.
Orientadora: Me. Janice Queiroz de Pinho Gonçalves.
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal Minas Gerais. *Campus* São João Evangelista, 2022.
1. Risco. 2. Orçamento. 3. Boate Kanara Club. 4. Lucratividade. 5. Rentabilidade. I. Souza, Karolaine Cristina Pimenta de. II. Instituto Federal de Minas Gerais *Campus* São João Evangelista. III. Título.

CDD 332.6

Catálogo: Rejane Valéria Santos - CRB-6/2907

KAROLAINE CRISTINA PIMENTA DE SOUZA

**RISCO E ORÇAMENTO DE CAPITAL: análise de um projeto de investimento
no município de São João Evangelista - MG**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Federal de Minas Gerais - Campus São João Evangelista como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em Administração.

Aprovado em 12/ 12/ 2022

BANCA EXAMINADORA:

Documento assinado digitalmente
 **JANICE QUEIROZ DE PINHO GONCALVES**
Data: 21/12/2022 17:19:20-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profª. Ms. Janice Queiroz de Pinho Gonçalves – IFMG (Orientadora)

Documento assinado digitalmente
 **ANDRE GERALDO DA COSTA COELHO**
Data: 21/12/2022 16:51:59-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Prof. Ms. André Geraldo da Costa Coelho – IFMG

Documento assinado digitalmente
 **EBER LOPES MENDES**
Data: 21/12/2022 17:04:41-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Prof. Esp. Éber Lopes Mendes – IFMG

Documento assinado digitalmente
 **MELISSA DINIZ LOPES**
Data: 21/12/2022 16:57:44-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profª. Ms. Melissa Diniz Lopes – IFMG

“Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas, que já tem a forma do nosso corpo, e esquecer os nossos caminhos, que nos levam sempre aos mesmos lugares. É o tempo da travessia: e, se não ousarmos fazê-la, teremos ficado, para sempre, à margem de nós mesmos.”

Fernando Teixeira de Andrade

RESUMO

Diante das constantes transformações em que o mundo está vivenciando, empresários e gestores estão cada vez mais preocupados em estar à frente de seus concorrentes, evitando erros e tomadas de decisões equivocadas, expandindo assim seu negócio e atingindo um maior número de clientes e os fidelizando. Visando estes objetivos, e a fim de se desenvolverem, procuram projetos que são viáveis do ponto de vista econômico-financeiros para colocá-los em prática. Com este propósito e a fim de aprendizagem, o presente estudo tem como objetivo analisar a viabilidade financeira para possível implantação de um projeto da Boate Kanara Club no município de São João Evangelista, delimitando a obtenção do retorno financeiro do mesmo. Para essa análise foi avaliado o plano financeiro juntamente com os demais do projeto em questão ao qual foi realizado no decorrer do curso de bacharelado em administração do Instituto Federal de Minas Gerais campus São João Evangelista. A pesquisa é fundamentada em dados de fontes secundárias, com natureza de pesquisa aplicada e caráter de estudo exploratória, sendo caracterizada como descritiva e qualitativa. Seus resultados mostraram que o projeto em questão não é viável do ponto de vista econômico e financeiro, pois seu retorno e sua lucratividade não são suficientes para pagar todos os custos, gastos e o investimento inicial causando prejuízos à empresa ou ao investidor que opta-lo por realizar dentro do prazo estipulado.

Palavras – chave: Risco, ferramentas de orçamento de capital, Boate Kanara Club, lucratividade, rentabilidade, viabilidade e análise.

ABSTRACT

Faced with the constant transformations the world is experiencing, entrepreneurs and managers are increasingly concerned with being ahead of their competitors, avoiding mistakes and wrong decision-making, thus expanding their business and reaching a greater number of customers and retaining them. Aiming at these goals, and in order to develop, they look for projects that are viable from an economic-financial point of view to put them into practice. With this purpose and in order to learn, this study aims to analyze the financial feasibility of a possible implementation of a project of the Boate Kanara Club in the city of São João Evangelista, delimiting the achievement of its financial return. For this analysis, the financial plan was evaluated along with the others of the project in question, which was carried out during the course of bachelor's degree in administration at the Federal Institute of Minas Gérias, São João Evangelista campus. The research is based on data from secondary sources with an applied research nature and exploratory study character being characterized as descriptive and qualitative. And its results showed that the project in question is not viable from an economic and financial point of view, as its return and profitability are not sufficient to pay all the costs, expenses and the initial investment causing losses to the company or to the investor who chooses. it for carrying out within the stipulated period.

Keywords: Risk, capital budgeting tools, Kanara Club nightclub, profitability, profitability, feasibility and analysis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Logomarca da boate.....	26
Figura 2 - Gráfico da pesquisa de local, interesse e preço.....	27
Figura 3 - Estrutura Hierárquica da Boate e Funcionograma	31
Figura 4 - Fluxograma de Vendas	32
Figura 5 - Layout da boate	35
Figura 6 - Fluxograma da Produção	36
Figura 7 - Fórmula do VPL	63
Figura 8 - Fórmula da TIR.....	64
Figura 9 - Fórmula do IL	65
Figura 10 - Fórmulas do <i>Payback</i>	66
Figura 11 - Fórmula da TMR.....	67
Figura 12 - Fórmula da TRC	68

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Investimento inicial	37
Tabela 2 - Investimento pré-operacional	38
Tabela 3 - Estoque inicial para porções	38
Tabela 4 - Estoque inicial para salgados.....	40
Tabela 5 - Estoque inicial para coquetéis	40
Tabela 6 - Estoque inicial de bebidas alcoólicas	42
Tabela 7 - Estoque inicial de bebidas não alcoólicas	45
Tabela 8 - Capital de giro	46
Tabela 9 - Investimento total	46
Tabela 10 - Receitas e custos	47
Tabela 11 - Custos variáveis.....	54
Tabela 12 - Gastos com funcionários	54
Tabela 13 - Custos fixos	55
Tabela 14 - DRE	56
Tabela 15 - Indicadores financeiros.....	56
Tabela 16 - Ferramentas de Orçamento de Capital	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Viabilidade do negócio.....	18
Quadro 2 - Dados do empreendimento	19
Quadro 3 - Investimento total	21
Quadro 4 - Análise SWOT	24
Quadro 5 - Agenda Semanal.....	26
Quadro 6 - Cálculo das Porções.....	39
Quadro 7 - Cálculo das quantidades para coquetéis	41

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	13
1.1.	Justificativa.....	13
1.2.	Problema de pesquisa	14
1.3.	Hipóteses	15
1.4.	Objetivos.....	15
1.4.1.	<i>Objetivo geral</i>	15
1.4.2.	<i>Objetivos específicos</i>	15
2.	REVISÃO DA LITERATURA.....	15
2.2.	O projeto boate Kanara club.....	17
2.2.1.	<i>Sumário executivo</i>	17
2.2.1.1.	Resumo dos principais pontos do plano de negócio	17
2.2.1.2.	Dados dos empreendedores, atribuições e experiência profissional	19
2.2.1.3.	Dados do empreendimento.....	19
2.2.1.4.	Forma jurídica	19
2.2.1.5.	Enquadramento tributário.....	19
2.2.1.6.	Objetivo do empreendimento	19
2.2.1.7.	Missão	20
2.2.1.8.	Visão.....	20
2.2.1.9.	Valores	20
2.2.1.10.	Foco.....	20
2.2.1.11.	Capital social.....	21
2.2.1.12.	Fontes de recurso	21
2.2.2.	<i>Análise de mercado</i>	21
2.2.2.1.	A análise do setor	21
2.2.2.2.	A análise da segmentação	21

2.2.2.3.	Concorrentes.....	22
2.2.2.4.	Fornecedores	22
2.2.2.5.	Clientes.....	23
2.2.3.	<i>Plano de marketing</i>	24
2.2.3.1.	Estratégias de marketing	25
2.2.3.2.	Identificação dos objetivos.....	25
2.2.3.3.	Estratégia de produto.....	25
2.2.3.4.	Estratégia de preço	27
2.2.3.5.	Estratégia de distribuição	28
2.2.3.6.	Estratégias de comunicação (promoção e propaganda)	29
2.2.3.7.	Serviços ao cliente (venda e pós venda).....	29
2.2.3.8.	Relacionamento com os clientes	29
2.2.3.9.	Principais estratégias	29
2.2.4.	<i>Plano operacional</i>	30
2.2.4.1.	Administração	30
2.2.4.2.	Comercial	31
2.2.4.3.	Controle de qualidade.....	32
2.2.4.4.	Terceirização	32
2.2.4.5.	Sistemas de gestão da qualidade	33
2.2.4.6.	Licenciamento	33
2.2.4.7.	Espaço físico da produção.....	34
2.2.4.8.	<i>Layout</i> da boate	35
2.2.4.9.	Estoque	36
2.2.5.	<i>Plano financeiro</i>	36
2.3.	Análise orçamentária	57
2.3.1.	<i>Orçamento de capital: conceitos e importância</i>	57
2.3.2.	<i>Etapas e procedimentos para elaborar um orçamento de capital</i>	58

2.3.3.	<i>Motivos para dispêndio de capital</i>	60
2.3.4.	<i>Terminologias básicas</i>	61
2.3.5.	<i>Ferramentas de orçamento de capital</i>	62
2.3.5.1.	Ferramentas principais ou seletivas.....	63
2.3.5.2.	Ferramentas acessórias ou classificatórias	64
2.3.6.	<i>Risco em orçamento de capital</i>	68
3.	METODOLOGIA.....	70
4.	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	71
5.	CONCLUSÃO.....	73
	REFERENCIAS	75
	APENDICE A- Pesquisa de preço.....	78

1. INTRODUÇÃO

Embora haja diferentes formas de lazer e entretenimento para o público, Marcos *et al* (2014) retrata que é crescente a busca de adolescentes e outros adeptos as boates, ou como tratadas, as casas noturnas. Definida como um local de entretenimento, diversão e lazer, possui funcionamento normalmente noturno, é composta de ambientes para beber, dançar, realizar shows e apresentação etc. (BOATE, 2021).

De acordo com Pacheco (2005) não há muito a dizer sobre a história de fundação das boates. Acredita-se que elas surgiram na França e posteriormente foram para os Estado Unidos, cuja evolução partiu-se dos bares, em busca de um local que possa realizar as festas e danças com mais ênfase. Considerada uma opção viável para divertimento, socialização, distração, prazer etc., já que atendem diferentes tipos de gostos, estilos, culturas e costumes, ainda é capaz de gerar renda para os artistas, empresários e demais envolvidos no setor (MARCOS *ET AL*, 2014).

Dessa forma, quando se opta por elaborar um plano de negócios para este tipo de empreendimento é uma opção provável, já que a elaboração de um plano de negócios é uma peça-chave na solidificação de eficiência do serviço ou produto (SEBRAE, 2017). Assim sendo, o plano de negócios é extremamente importante para definir a missão do empreendimento, pois este será o norte do negócio. Posteriormente, conhecer o mercado, desde o consumidor até o concorrente, definir o público-alvo, processo operacional e a forma que a empresa chegará até o cliente: aspectos que devem ser definidos de preferência, antes de se iniciar as atividades do negócio.

O estudo se encontra estruturado em tópicos, partindo da introdução, seguido pela revisão literária, metodologia, resultados e discussões, conclusões, referencias e apêndices.

1.1. Justificativa

Realizar um plano de negócios é uma tarefa essencial a qualquer gestor. Isso deve à importância dada a análise do passado, presente e futuro e, também da viabilidade financeira que, por meio do uso de técnicas e ferramentas, que são capazes de identificar e determinar de forma responsável o risco e retorno de um projeto, bem como, das preferências, anseios e expectativas dos consumidores e investidores em relação ao negócio (JUNIOR, *ET AL*, 2020).

Em termos atuais, condissera-se que estudos como estes são necessários, pois atentam-se ao desenvolvimento e às transformações financeiras, tecnológicas e sociais que o mercado e o mundo vêm passando. É crescente a busca de gestores por projetos viáveis do ponto de vista econômico para transformá-los em realidade. Contudo, não somente a viabilidade é

analisada. É comparado também o retorno do investimento com a taxa de retorno esperada do projeto, considerando que o retorno do investimento seja superior às aplicações no mercado, quando confrontadas às demais oportunidades em crescimento que o mesmo oferece. Tal análise favorece a tomada de decisão dos gestores, uma vez que esta possui uma abrangência mais profunda, evitando assim possíveis erros, falhas, custos e perdas desnecessárias que no futuro acarretarão uma série de problemas que atrapalhará o bom funcionamento do negócio e, ou até mesmo desenvolva a competitividade (LUNKES, 2007).

Salienta-se ainda que trabalhos como este, cada vez mais estão sendo mais procurados, pois se encontram em foco no terceiro ramo econômico, mais especificamente em casas noturnas que oferecem serviços de entretenimento para jovens, adultos e idosos das mais variadas idades, classes, gêneros e estilos, onde na literatura há poucas referências sobre (SEBRAE, 2013). Com este propósito, indica-se que futuros trabalhos como este sejam desenvolvidos por novos pesquisadores para que a boate em questão possa ser fruto de uma implementação prática, auxiliando assim a economia local e, trazendo diversão e lazer ao público que deseja participar deste negócio, já que na cidade e aos seus arredores não existem pistas de dança semelhantes que contem com, iluminação, som profissional, equipamentos e outros diferenciais cujo desejo seja oferecer e agregar atratividade, conforto, diversão e entretenimento aos clientes.

1.2.Problema de pesquisa

Nas últimas décadas, nota-se que com o fortalecimento do capitalismo, houve uma enorme preocupação da civilização em relação ao desenvolvimento e o crescimento econômico. É notório que cada vez mais, estudantes, gestores, administradores e população no geral se preocuparem com estas mudanças, devido a sua influência e tendência mundial crescente (FREEMAN,1994).

Todavia, quando se trata de projetos que envolvem altos recursos financeiros cujas decisões se basearam em investimentos em longo prazo, gestores, gerentes e administradores sentem-se inseguros e duvidosos em trabalhar e analisar esses projetos. Isso se deve a uma série de fatores como o fato do governo lutar constantemente para aumentar o Produto Interno Bruto (PIB), porém tenta conter a elevada taxa de inflação ao qual perdura por um longo período de tempo (BERTOZZI, 2015).

Nesta perspectiva, o presente trabalho de conclusão de curso parte de um plano de negócios realizado para a empresa simulada Boate Kanara Club, cujo problema de pesquisa é analisar a viabilidade financeira do projeto em questão, por meio do entendimento teórico do que se trata orçamento de capital, análise de risco e retorno.

1.3.Hipóteses

Consideram-se as seguintes hipóteses para o projeto em questão: O projeto é viável do ponto de vista econômico-financeiro? Se sim, qual o seu retorno? Se não, qual o possível prejuízo causará que inviabiliza colocá-lo em prática?

1.4.Objetivos

Os objetivos deste estudo estão divididos em dois tipos, o objetivo geral e os específicos que serão citados abaixo.

1.4.1. Objetivo geral

O objetivo do estudo é analisar a viabilidade financeira para possível implantação do projeto Boate Kanara Club, considerando os riscos associados ao retorno esperado para a cidade de São João Evangelista.

1.4.2. Objetivos específicos

Como objetivos específicos o estudo tem por finalidade:

- Verificar os investimentos necessários em imobilizado e capital de giro;
- Analisar a necessidade de financiamento e o custo de capital;
- Mapear custos e despesas fixas e variáveis;
- Estimar receitas a partir de projeções de fluxos de caixa; identificar a viabilidade por meio de indicadores financeiros e estratégicos;
- Avaliar o risco do projeto por meio da utilização de ferramentas de análise de cenários.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Esse capítulo é designado para transmitir esclarecimentos, acerca do tema estudado, por meio de embasamento segundo autores. O estudo se encontra estruturado em dois tópicos, iniciando com uma breve descrição de Plano de Negócio, seguido do Projeto Boate Kanara Club, por meio do sumário executivo, plano de marketing, plano operacional e financeiro. No sumário executivo se encontram especificados o resumo dos principais pontos do plano de negócio, com complementação das informações pelo SEBRAE (2013) e IBGE (2020) e dados dos empreendedores e empreendimento; atribuições e experiência profissional; forma jurídica; enquadramento tributário; objetivo do empreendimento; missão; visão; valores; foco; capital

social e, fontes de recursos. Posteriormente a isso é realizado a análise de mercado, composta pela análise de setor, segmentação, concorrentes, fornecedores e clientes.

Já no plano de marketing, é tratado a respeito das estratégias de marketing, do produto, do preço, distribuição, comunicação; identificação dos objetivos; serviços ao cliente (venda e pós-venda); relacionamento com os clientes e as principais estratégias. No plano operacional é tratado a respeito da administração, do comercial, controle de qualidade, terceirização, sistemas de gestão da qualidade, licenciamento com base nas normas do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais (CBMMG, 2020) e pelas resoluções vigentes; espaço físico da produção, layout da boate e estoque.

Finalizando este tópico foi tratado o plano financeiro que engloba investimentos divididos entre investimento fixo, pré-operacional, total, estoque inicial, capital de giro; ganhos com os produtos e serviços e, a receita; custos, com custos dos produtos e serviços de fabricação própria e vendidos, outros custos variáveis, depreciação, custos com pessoal e fixos; a DRE e, os indicadores financeiros, com suas respectivas conclusões.

Por fim, o segundo (2) tópico ficou determinado como Análise Orçamentária, sendo dividido entre orçamento de capital: conceitos e importância; etapas e procedimentos para elaborar um orçamento de capital; motivos para dispêndio de capital; terminologias básicas; ferramentas de orçamento de capital subdivididas em ferramentas principais ou seletivas e, acessórias ou classificatórias; e risco em orçamento de capital. Para estes tópicos foram usados como referência os seguintes autores: Barbosa (2018), Brookson (2000), Copeland *et al* (1988), Costa, *et al* (2015), Dornelas (2011), Fabozzi (2002), Ferramenta (2019), Galesne *et al* (1999), Gil (1995) (2002), Gitman (2013), Godoy (1995), Gropelli (2010), Gropelli e Nikbakht (2002), Hummel e Pilão (2003), Jaffe, *et al* (2015), Lemes Júnior *et al* (2010), Pindyck (1988), Ross *et al* (2002), Samohyl (2005), SECURATO (1993), SICSÚ *et al* (2009), Silva (2016), Souza (2013) (2014), Souza e Clemente (2008), Torres (2004), Welsche *et al* (1888), Weston e Brigham (2000), Weston e Shastri (1988).

2.1. Plano de negócio

Todo negócio que se deseja construir, para um bom entendimento e funcionamento do mesmo, necessita que seja planejado. O plano de negócios é uma ferramenta que abrange toda uma gama de aspectos necessários para tomadas de decisões, embasadas em análises detalhadas de diversas áreas da empresa (SANTOS E PINHEIRO, 2017).

Segundo Dornelas (2011) um plano de negócios precisa ter informações sobre o conceito do negócio, sobre o mercado de atuação, sobre a equipe de gestão, descrições sobre

os produtos e/ou serviços oferecidos, as estruturas de operação, estratégias de marketing e vendas e a parte financeira de todo o projeto.

Sebrae (2013) propõe que esse documento é necessário para se perceber quais os passos devem ser dados, reduzindo as incertezas e impedindo possíveis erros ao limitar as projeções ao planejamento no papel. Ainda segundo Sebrae (2013) esse tipo de planejamento consegue e é necessário para definir a viabilidade do projeto em questão, pois como afirma Dornelas (2011), uma ideia só é um bom negócio se for capaz de dar retorno econômico à quem a trouxe ao mundo.

Para fazer jus a necessidade desse documento para essa análise, foi realizada sua confecção para o projeto proposto. Nos próximos tópicos serão detalhados todos os pontos apresentados como necessários acima.

2.2. O projeto boate Kanara club

2.2.1. *Sumário executivo*

O presente tópico tem como finalidade a apresentação de forma resumida dos principais pontos deste plano de negócio da Boate Kanara Club, os dados dos empreendedores e dados sobre o empreendimento, como visão, valores, missão, capital social e enquadramento tributário.

2.2.1.1. Resumo dos principais pontos do plano de negócio

De acordo com Sebrae (2013) o plano de negócios é tratado como um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, pautada em diversos pontos aos quais devem estar presentes e ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios, evitando cometer erros na prática que atrapalhariam o bom andamento do negócio.

Neste contexto, o presente plano de negócios da empresa KN Night Club conhecida por nome fantasia Kanara Club surgiu da constatação dos sócios a acerca de modelos de negócios que não estão presentes na cidade de São João Evangelista – MG, e sua região ao entorno e que, cada vez mais é crescente a procura, uma vez, que as casas noturnas mais conhecidas estão localizadas a mais de 50 km de distância da proposta.

A seleção deste se deu por meio da própria inspiração, não se fazendo a análise das necessidades, uma vez que no local a maioria dos jovens, adultos e idosos, frequentam bares e festas esporádicas a procura de dança, não tendo um local na região para tal. Em

contrapartida, outro fator importante para a consolidação da ideia de abrir uma casa noturna em São João Evangelista – MG, foi o fato de a cidade ser sede de uma instituição de ensino público, o Instituto Federal de Minas Gerais, que possui diferentes modalidades de cursos, recebendo alunos dos mais variados lugares e culturas. Ademais, a cidade é vizinha de Cantagalo, Guanhães, Paulistas, Peçanha, Santa Maria, Virginópolis entre outras. Segundo dados do IBGE (2020) a cidade possuía em 2020 uma população estimada de 15.767 pessoas, com média mensal salariais dos trabalhadores formais de 1,6 salários-mínimos e, um PIB per capita segundo dados de 2018 de aproximadamente 10.810,67 reais.

Diante do exposto, foi constatado que há oportunidades de mercado para esse modelo em questão, uma vez que na região tem estabelecimentos com algumas características semelhantes como os bares, que tem um grande público a procura, mas sem espaço adequado para suportar tal entretenimento. E ainda, que na região não existem concorrentes diretos, o que existe são estabelecimentos que tocam música e tem algumas vezes shows ao vivo, porções e bebidas em geral, alcoólicas ou não. Todavia esses estabelecimentos não são caracterizados como boates e nem casas noturnas.

Contudo, mesmo havendo a presença desses estabelecimentos com algumas características semelhantes (bares), o modelo de negócio em questão já possui por sua natureza um diferencial em relação a estes concorrentes indiretos. Esse diferencial aliado a uma boa estrutura, segurança, conforto e a excelência em qualidade dos produtos e serviços prestados, contribuirão para uma maior visibilidade e melhor opção de entretenimento para os clientes. E ainda, como sendo um local de lazer diferenciado dos demais existentes na região com público bem diversificado (jovens, adultos e terceira idade), trará clientes suficientes gerando o lucro mensal esperado de 24.000,00 (vinte e quatro mil) reais.

Quadro 1 - Viabilidade do Negócio

INDICADORES DE VIABILIDADE	VALOR
Lucratividade	3,28% a/a
Rentabilidade	24,13% a/a
Prazo de retorno do investimento	50 meses
Ponto de Equilíbrio (PE)	1.517.662,77

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.1.2. Dados dos empreendedores, atribuições e experiência profissional

Os sócios são compostos de Rafael Cristian e Karolaine Cristina. Ambos são estudantes de administração, sem experiência e, sem curso completo de ensino superior. Rafael é o diretor geral, responsável pelo gerenciamento em geral e circulação no local para constatação de algum problema. Também é sua função elaborar e realizar planejamento e metas organizacionais e estratégicas; negociar com clientes e fornecedores e controlar as atividades da boate.

Já Karolaine é gerente e, cuida da contabilidade, abertura/ fechamento da boate. É ela que gerencia o cotidiano administrativo da empresa, garantir o cumprimento das metas; controlando o desempenho da boate e, atendendo os clientes na portaria.

2.2.1.3. Dados do empreendimento

Quadro 2 - Dados do Empreendimento

RAZÃO SOCIAL	KR Night Club LTDA.
NOME FANTASIA	Kanara Club
ENDEREÇO DO EMPREENDIMENTO	Rua Avenida Primeiro de Junho, nº 001, Centro em São João Evangelista – MG, CEP:39705-000.
TELEFONE	(33) 999323419
CNPJ	22.389.618/0001-50

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.1.4. Forma jurídica

Sociedade Limitada.

2.2.1.5. Enquadramento tributário

Optante pelo Simples Nacional.

2.2.1.6. Objetivo do empreendimento

Fornecer lazer e entretenimento, com pista de dança, iluminação especial, música mecânica, shows, eventos e bebidas em geral, atentando a vários tipos de público desde 16 anos até a terceira idade, com segurança, eficiência e conforto.

2.2.1.7. Missão

Oferecer serviços de alta qualidade, proporcionando aos clientes momentos de lazer, gerando assim uma integração entre as pessoas.

2.2.1.8. Visão

Ser reconhecida até 2021 como líder no setor de entretenimento, contribuindo positivamente no desenvolvimento sócio econômico da região.

2.2.1.9. Valores

- Respeito aos clientes e fornecedores;
- Diversidade;
- Segurança;
- Qualidade e foco nos detalhes e clientes;
- Satisfação dos clientes e fornecedores;
- Criatividade e Inovação.

2.2.1.10. Foco

A empresa que estará inserida no ramo de serviços de lazer e entretenimento, concentrará suas atividades inicialmente na oferta de shows, eventos e músicas mecânica diversificadas além de bebidas em geral. Seu foco é fornecer um local diferenciado que agrade os clientes trazendo uma experiência ímpar e única para seu público, que se concentra em jovens e adultos que procuram dança, bebidas e lazer. A empresa pretende ter iniciativa, criatividade e inovação no que diz respeito aos produtos e serviços ofertados sendo que o seu principal objetivo é se inserir no mercado e conquistar novos clientes a cada dia.

A empresa adotará medidas que visem proporcionar aos clientes uma experiência de excelência. Portanto, a empresa adotará medidas fundamentais para que isso ocorra, como por meio do bom atendimento, higiene do local, pontualidade no atendimento dos pedidos, estética dos pratos, organização e música ambiente de qualidade. Ademais, os serviços ofertados pela boate serão voltados para a permanência dos clientes pelo máximo de tempo possível, estimulando o consumo de alimentos e bebidas.

2.2.1.11. Capital social

Quadro 3 - Investimento Total

	NOME	VALOR (R\$)	% DE PARTICIPAÇÃO
Sócio 1	Rafael Cristian	129.559,80	50%
Sócio 2	Karolaine Cristina	129.559,81	50%
TOTAL		259.119,61	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.1.12. Fontes de recurso

Como o capital integralizado de ambos será do mesmo valor, ficou decidido que não será realizado empréstimo, cabendo a ambos selecionar a melhor maneira de alcance e ajunte do valor estipulado que é de 159.587,25 reais, que será 100% da utilização de recursos próprios.

2.2.2. *Análise de mercado*

De forma a facilitar o entendimento, a análise de mercado será dividida em: análise do setor, análise de segmentação, concorrentes, fornecedores e, clientes

2.2.2.1. A análise do setor

O empreendimento em questão encontra-se no setor da economia terciário mais precisamente no ramo de lazer e entretenimento focado em dança por música mecânica, eventos e shows. As boates são conhecidas por proporcionar divertimento a centenas de pessoas que se reúnem, numa festa baseada na cultura eletrônica, DJs de estilos diferentes, do rock ao reggae, passando pelo tecno com intuito de dançar, beber e conhecer novas pessoas. Por tocar ritmos diferentes e até mesmo simultâneos há a identificação de diferentes segmentações e gostos dentro da música fazendo – se então a confraternização e a diversificação de culturas, identidades e gêneros.

2.2.2.2. A análise da segmentação

A boate Kanara Club atuará prioritariamente no segmento de mercado representado pelo público jovem entre 16 e 25 anos, segmento caracterizado por jovens em idade estudantil de colegiais e universitários, que muitas vezes optam por bares a procura de entretenimento e

lazer. No entanto, entende-se que se tratando de lazer, a empresa poderá atender também diversos outros públicos, como adultos e idosos juntamente com o público jovem, mas, com proposta de dias da semana específico para cada faixa etária e ritmo musical, desejado a fim de atender as expectativas e gostos dos demais clientes.

2.2.2.3. Concorrentes

A boate Kanara Club não possui concorrentes diretos uma vez que, como citado na introdução deste projeto, na cidade de São João Evangelista – MG e ao entorno a menos de 50km não possui empreendimentos de tal classificação.

Por outro lado, há a presença de muitos concorrentes indiretos como bares que estão abertos a noite e que possui semelhança na oferta de produtos como bebida, salgados e porções diversificadas, com música e shows ao vivo aos fins de semana.

Contudo, considerando que a cidade é relativamente pequena e que o público-alvo possui poucos recursos financeiros, acaba que esses poucos concorrentes indiretos representam uma ameaça, pois, podem ocasionar em clientes flutuantes. Mas, em contrapartida, essas ameaças precisam ser sanadas com inovação, criatividade, minimização do custo, maximização do lucro, qualidade do produto e serviço prestado etc., de forma que os consumidores venham escolher a boate pela pista de dança com iluminação especial, música mecânica, shows e também pelo lazer e entretenimento que este local o proporciona ao invés dos bares.

2.2.2.4. Fornecedores

Quanto aos fornecedores deste modelo de negócio, é necessário ser distribuidoras de bebidas e gelos em relação às bebidas vendidas no estabelecimento uma vez que, vai ser comprada em grandes quantidades e de forma diversificada, mas, tendo maiores consumos diários em cervejas, vodkas para fabricação de coquetéis, refrigerantes e água, optando pela compra no atacado visto que possui uma tabela de preço mais econômico, e que potencializará o lucro obtido no fechamento do caixa.

Em relação à matéria prima das porções que são as carnes e batatas, estas também serão adquiridas em distribuidores evitando os altos preços dos açougues e supermercados que são fornecedores secundários da região e, em médias quantidades evitando assim o desperdício e estocagem por muito tempo do produto podendo causar até mesmo alterações em sua qualidade e sabor sendo necessariamente estocados no freezer da cozinha evitando possíveis perdas sendo utilizada somente no momento do pedido.

Quanto aos salgados, estes serão adquiridos em fábricas de salgados e estocados também no freezer sendo fritos pela cozinheira momentos antes da abertura do estabelecimento e em pequenas quantidades sendo posteriormente quando houver muita saída destes a preparação de outros mais.

Já em relação às frutas utilizadas na fabricação dos coquetéis que são: morango, melão, maçã, abacaxi, laranja, folhas de hortelã, limão e, a cebola que são necessários no preparo das porções, estas serão compradas no hortifrúti uma vez que os preços são mais baratos que os demais locais de venda como supermercados e mercearias e, são frutas frescas tendo maior índice de qualidade e menor chance de perda.

E por fim quando aos fornecedores secundários, apresentam-se dois supermercados locais, supermercados KeK, localizado no centro da cidade e aceita o pagamento parcelado no cartão e realiza a entrega em qualquer lugar e, o supermercado Bicalho, que possui as mesmas características, porém, fica um pouco mais afastado, mas costuma apresentar preços menores, os quais, serão necessários na compra se óleos, temperos, leite condensados, coberturas, açúcar e o que mais precisar em caso de falta ou a não entrega dos demais fornecedores.

2.2.2.5. Clientes

Os clientes da Kanara Club possuem como características a idade entre 16 e 25 anos, são estudantes do Ensino Médio ou Ensino Superior. São jovens em idade trabalhista, que procuram locais como bares e festas esporádicas para entretenimento e lazer, além logicamente que consomem bebidas em geral sendo os menores de 18 proibidos por lei de consumir bebidas alcoólicas. Vale ressaltar que grande parcela desses clientes é advinda de outras cidades, não tendo residência permanente na região, ou seja, podem ser considerados clientes de passagem por certo período ou que residem na cidade. Em relação aos residentes da cidade de São João Evangelista temos os que estão dispersos entre os alojamentos do IFMG- Instituto Federal de Minas Gerais, no caso dos colegiais, em repúblicas, kitnets e pensões no caso dos universitários e, na casa dos pais, no caso dos residentes fixos e quanto, ao que estão de passagem temos os que são residentes das cidades vizinhas ou entorno que necessariamente precisam se locomover passando por aqui.

Contudo, outra característica importante em relação ao público-alvo é que estes são caracterizados por ser um público ansioso, crítico e exigente logo, o local deve estar em perfeitas condições e estado sendo, criativo, amplo, inovador, personalizado e com qualidade nos produtos e serviços ofertados não discriminando aspectos culturais. Já em relação aos recursos financeiros, pela grande maioria do público ser estudantil e com idade trabalhista

logo estes buscam um preço mais acessível e com a qualidade esperada podendo gastar no máximo até 100 (cem) reais por noite sendo, que a maioria dos clientes vão acompanhados dos amigos e sempre há divisão dos valores.

Observa-se ainda que com este perfil, a quantidade de clientes potenciais na região de atuação do empreendimento é 85% e que o movimento seja maior nos fins de semana, visto que ninguém está em aula e no serviço e, nos fins de semana por mais que se tenha os bares, os jovens querem buscar uma diversão a mais para se reunirem com os amigos para bater papo, beber e se divertir. E quanto aos demais públicos, como a terceira idade, esta é mais voltado durante a semana, uma vez que, estes procuram espaço de dança e outros locais mais para lazer durante a semana já que não trabalham e não estudam ficando mais em casa, e aos fins de semana reúnem-se com a família.

2.2.3. Plano de marketing

Na elaboração do plano de marketing foram considerados diversos desafios a serem superados para o sucesso da boate, dentre os quais estão inclusos a falta de experiência dos gestores e a falta de acesso ao nível de dados ideal e entre outros mais que, precisam ser vencidos para o sucesso da nova casa noturna.

Quadro 4 - Análise *SWOT*

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Integração dos donos na gestão da empresa; • Atendimento qualificado e diferenciado; • Instalação seguras, espaçosa e equipada; • Maiores variedades em bebidas; • Localização na zona mais popular da cidade – centro; • Não possui concorrentes diretos; • Equipamentos de alta tecnologia e performance; • Música mecânica, shows e eventos diversificados <i>dubs cool</i>; 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerenciamento feito por dois jovens ainda em formação acadêmica, o que pode trazer dificuldades gerenciais; • Preço alto dos fornecedores, visto que em virtude da região localizada, é difícil o contato com fornecedores primários; • Quadro de pessoal ainda reduzido; • Marca ainda não estabelecida no mercado; • Alto grau de endividamento inicial.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar o público-alvo; • Entretenimento limitado – festas esporádicas; • Falta de concorrentes com a mesma proposta no local – inovação; 	<ul style="list-style-type: none"> • Com a pandemia da corona vírus e a interrupção das aulas presenciais parte considerável da clientela não está na região; • Possíveis concorrentes;

<ul style="list-style-type: none"> • Contratar estagiários, que trabalham sobre uma legislação mais “barata” que o regime CLT; • Parcerias para conquistar mais clientes; • Uso da tecnologia para melhorar o atendimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes flutuantes; • Instabilidade econômica no país; • Poucas barreiras de novos entrantes no mercado.
---	---

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.3.1. Estratégias de marketing

As estratégias de marketing utilizadas pela empresa visarão atrair e fidelizar o máximo possível de clientes. Portanto será utilizado o marketing de fidelização, por meio do qual serão executadas ações voltadas para o bem-estar e a uma experiência otimizada ao cliente, acarretando aumento do envolvimento e fidelidade à marca. Ademais, espera-se que a satisfação dos clientes acarrete indicações de novos.

2.2.3.2. Identificação dos objetivos

A boate Kanara Club estabeleceu alguns objetivos a serem alcançados no curto prazo, logo após o início de suas atividades, tomando como base a lucratividade dos concorrentes listados neste plano de negócios.

O principal objetivo é conquistar 85% do mercado de entretenimento da região de São João Evangelista – MG, e seu entorno. Além disso espera-se conquistar os clientes presentes nos concorrentes indiretos da boate, como bares e outros estabelecimentos que abrem à noite e em fins de semana. Para que esse percentual seja atingido necessita de uma receita bruta em torno de R\$ 24.000,00 mensais, com lucratividade acima de 3% para o produto oferecido que é a dança.

2.2.3.3. Estratégia de produto

O produto inicial que a Kanara Club irá disponibilizar é a dança. Trata-se de um produto inovador, uma vez que, na região não possui nenhum espaço que possui pista de dança com iluminação especial, e equipamentos de alta tecnologia e performance para a reprodução de música mecânica, shows e eventos diversificados *dubs cool*. Quanto à forma que esse produto será ofertado temos que os dias da semana serão distribuídos da seguinte maneira:

Quadro 5 - Agenda Semanal

DIA DA SEMANA	TIPO DE SHOW/ ESTILO	PÚBLICO DESTINADO
Segunda Feira	Músicas Antigas	Terceira Idade
Terça Feira	Forró	Público Geral
Quarta Feira	Dj	Jovens
Quinta Feira	Show Ao Vivo	Público Geral
Sexta Feira	Dj	Jovens
Sábado	Dj	Jovens
Domingo	Sertanejo	Público Geral

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Vale salientar que demais produtos também juntamente com a dança serão ofertados no modelo em questão como, por exemplo: bebidas (águas, refrigerantes, energéticos, bebidas alcoólicas em geral e coquetéis alcoólicos e não alcoólicos); salgados (coxinhas de queijo, frango e frango com catupiry, pastéis de queijo e carne de boi e frango, empadas de queijo, frango e frango com catupiry e espetinhos de carne de boi, porco, frango, coração e linguiça) e porções regionais de 250g, 500g e 1kg – (carne de boi, porco, frango e peixe, batata frita com queijo ou calabresa e mista).

A seguir é apresentada a logomarca da boate, a qual possui um visual minimalista e cores marcantes. As cores escolhidas refletem uma imagem marcante e de empoderamento, que desperta o desejo de frequentar o local. O visual é um pouco minimalista, o que é um ponto forte, visto que facilita a memorização da logomarca ao mesmo tempo que transmite a mensagem que se quer passar de forma mais objetiva.

Figura 1 - Logomarca da Boate.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.3.4. Estratégia de preço

Para a determinação do preço de venda, foram considerados:

- Os preços que os clientes estariam dispostos a pagar;
- Os preços praticados pelos concorrentes;
- Os custos de compra dos produtos.

Contudo, de acordo com esses dados, o preço do ingresso para entrada em eventos e shows da boate seria R\$ 10.00 normalmente e em dias de shows de famosos seria R\$ 25.00. Já em relação a bebidas em geral e aos salgados e porções, será mantida a equivalência com o preço encontrado nos concorrentes e com as promoções semanais.

A seguir é apresentado alguns gráficos obtidos a partir da aplicação de um questionário usado para o levantamento de informações relevantes para o empreendimento. O questionário foi distribuído por meio de grupos do WhatsApp e foi respondido por 21 pessoas.

Figura 2 - Gráfico da Pesquisa de Local, Interesse e Preço

GASTO POR NOITE POR PESSOA

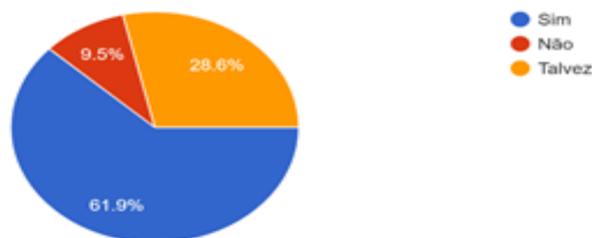
Você é de onde?

21 responses



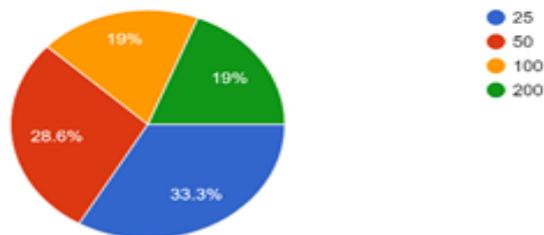
Você iria a uma boate ou casa noturna em São João Evangelista?

21 responses



O quanto você poderia gastar por noite?

21 responses



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Nota-se que dentre os respondentes a maioria residem em Guanhães e São João Evangelista, enquanto os demais são de cidades vizinhas como Cantagalo, Peçanha, Paulistas e etc. Observa-se ainda que 61,9% dos respondentes, iriam em uma boate ou casa noturna em São João Evangelista, 28,6% responderam que talvez iriam e apenas 9,5% responderam que não iriam. Percebe-se ainda que 33% dos respondentes estariam dispostos a gastar até 25 reais por noite, enquanto 28,6% gastariam 50 reais, 19% gastariam 100 reais e 19% gastaria 200 reais.

2.2.3.5. Estratégia de distribuição

Ao ser determinado o segmento de mercado no qual a boate Kanara Club pretende atuar bem como o método de vendas em questão que é apenas físico, praticamente se definiu

que não haverá o canal de distribuição, uma vez, que não haverá uma forma de entrega dos produtos ou serviços sem ser no local do negócio.

2.2.3.6. Estratégias de comunicação (promoção e propaganda)

Em relação à publicidade e propaganda, a boate Kanara Club utilizará as mídias sociais Facebook, Instagram, WhatsApp e e-mail como meio de divulgação de seus eventos, shows e produtos como bebidas, porções e salgados uma vez que, seu público-alvo se encontra principalmente nessas redes sociais e por meio impresso de panfletos e folders espalhados em pontos estratégicos da cidade e entregados portas de locais bem frequentados como em bares, escolas, universidades e meios públicos. Ademais a divulgação dos eventos será feita também através de carros de som que irá percorrer inclusive as cidades vizinhas.

Em relação às promoções de vendas, haverá promoções em combos diários de bebidas e porções, além de oferecer cartões fidelidade (após comprar 15 (quinze) entradas, ganhará 1(um) grátis, no dia desejado da preferência do consumidor. Além disso, serão feito o aluguel mediante reserva do espaço de dança em dias de festas para clientes. Ademais, a boate investirá em shows e eventos de famosos e no atendimento ao cliente que será um diferencial da empresa.

2.2.3.7. Serviços ao cliente (venda e pós venda)

Os canais de atendimento (redes sociais) estarão sempre abertos para os comentários e possíveis sugestões de shows e eventos e, depois dos mesmos, vai ser divulgado nas redes sociais um espaço para os clientes retornar com um feedback (não obrigatório) onde o mesmo será analisado e sempre que possível aplicado, seja ele ora positivo e ora negativo, mas sempre tentando melhorar com os comentários feitos pelo cliente.

2.2.3.8. Relacionamento com os clientes

Kanara Club irá associar a imagem do seu produto com seu segmento alvo. Assim deverá estar sempre participando e patrocinando eventos promovidos pelas escolas, prefeituras e a região no geral da cultura local.

2.2.3.9. Principais estratégias

Produtos de qualidade e diversificado como no caso de bebidas, salgados e porções:

- Quanto às bebidas, a compra deverá ser antecipada para que quando for aberto o estabelecimento todas as bebidas estejam bem geladas e em variedades para possível

escolha dos clientes; e no caso de coquetéis que esteja com estoque de frutas em perfeito estado para fazer os mesmos;

- No caso de salgados que estes sejam fritos ou assados e bem armazenados para que no momento da compra estejam quentes e em perfeito estado, ou seja, sem alteração no gosto e cheiro e aparência;
- Quanto às porções que estas estejam temperadas e semi- descongeladas para que no momento da compra seja necessário apenas fritar ou assar, conforme preferência do cliente.
- Em relação à música que esta seja apropriada ao público que se encontra no local de forma agradável e com volume satisfatório acompanhando juntamente com as luzes coloridas e o espaço da pista de dança apropriado.
- Quanto ao show ao vivo que este seja de acordo com a preferência dos clientes;
- Quanto ao DJ que esteja atento as tendências, modernidades e novidades musicais e com os hits e gostos dos clientes.
- Em relação ao espaço que este seja bem amplo, arejado e climatizado de forma a dar conforto aos clientes juntamente com uma estrutura de acordo com as normas de segurança.
- E por fim, em relação aos moveis e utensílios que estes sejam resistentes e personalizados levando em conta o tipo de local dando conforto e segurança aos clientes no momento de sua refeição ou consumo de bebidas.

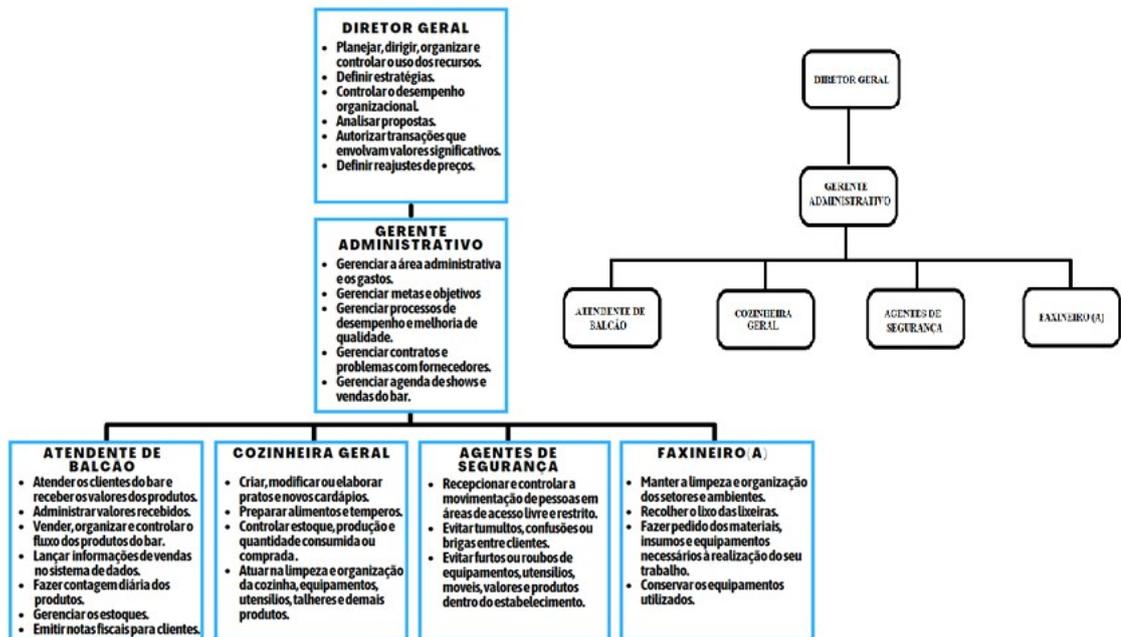
2.2.4. Plano operacional

2.2.4.1. Administração

A empresa terá estrutura hierárquica composta de diretor geral seguido por gerente administrativo, atendente de balcão, cozinheiro geral, agentes de segurança e faxineiro. No início das operações, a gerência acumulará as funções principais de gestão bem como as funções de divulgação da empresa e vendas. Outro ponto importante é que em caso necessário a cozinheira poderá ajudar o atendente de balcão minimizando o tempo de espera dos clientes.

Todas as funções necessárias serão delegadas entre esses departamentos. Essa centralização de tarefas reduz o custo operacional inicial e permitirá que a gerência adquira experiência de gestão e se prepare para o crescimento da empresa.

Figura 3 - Estrutura Hierárquica da Boate e Funcionograma

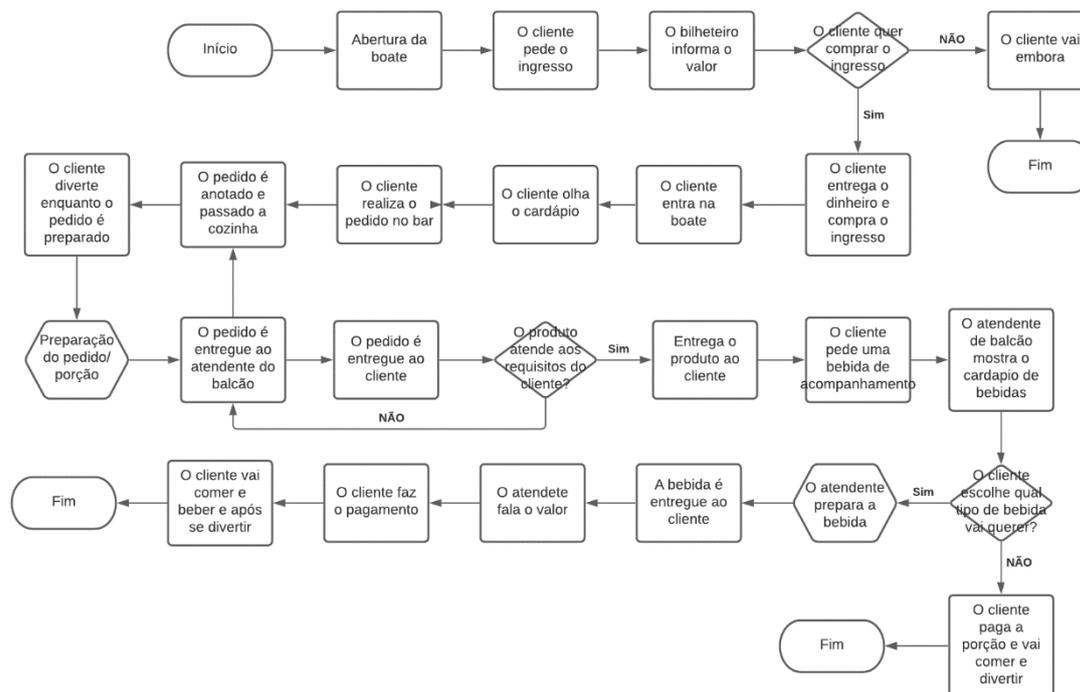


Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.4.2. Comercial

No que diz respeito às vendas, a boate Kanara Club optou que todo o processo do lado externo será feito pela bilheteria na entrada da mesma pela gerente administrativa e dentro do estabelecimento, será no bar pelo atendente de balcão, que terá total controle tanto do estoque e do caixa da empresa quanto de receber e repassar pedidos para o setor produtivo que é a cozinha e o bar além, de realizar todo o atendimento deste local. E ainda, para realizar tal atividade o atendente de balcão irá realizar um treinamento em vendas conforme descrito acima juntamente com a cozinheira geral.

Figura 4 - Fluxograma de Vendas



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.4.3. Controle de qualidade

A boate Kanara Club tem como os seus pilares principais a qualidade, inovação, criatividade e diversidade. Considerando a exigência do mercado e também da necessidade do público-alvo, a empresa pretende realizar seus shows e eventos seguindo todas as normas de segurança e barulho utilizando em sua instalação redutores de ruídos e volumes adequados a audição humana evitando poluição sonora e incomodo do entorno e, vender seus produtos seguindo todas as normas de higiene e qualidade deste o processo de compra, a estocagem e preparo até chegar ao consumidor final que é o cliente. Quanto as embalagens de bebidas e restos alimentícios bem como, outros tipos de lixo, todos serão cuidadosamente separados e entregues aos centros de reciclagem. Enquanto estiver na pandemia de corona vírus, a empresa adotará todas as medidas cabíveis como estabelecidas pelos órgãos competentes, prezando pela segurança de seus colaboradores bem como de seus clientes.

2.2.4.4. Terceirização

A boate Kanara Club utilizará intensamente da terceirização no que diz respeito ao cargo de agente de segurança visando manter a boate protegida e segura de possíveis brigas, roubos e confusões durante os eventos e shows. Salientasse ainda que fica a cargo da empresa

terceirizada fornecer treinamentos e cursos para capacitação desses funcionários escolhidos para realização de tal função.

2.2.4.5. Sistemas de gestão da qualidade

Por possuir uma estrutura organizacional simplificada, a boate Kanara Club desde o início de suas operações irá se preocupar em implantar sistemas de controle da qualidade informatizados nas áreas de contabilidade, faturamento, vendas e estoque. Por não ter concorrentes diretos, no início do planejamento de suas atividades irá optar por todo e qualquer uso da tecnologia em todos os espaços da boate estando assim, a frente e apta a competir com os demais concorrentes indiretos presente na região.

2.2.4.6. Licenciamento

Para o funcionamento da boate será necessária a obtenção de licenciamentos da junto ao Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais (CBMMG) e Vigilância Sanitária Municipal.

O Corpo de Bombeiros classifica os estabelecimentos em duas categorias: Baixo Risco ou Alto Risco de incêndio. Normalmente essa classificação é feita levando-se em conta as características da construção e o tamanho do imóvel. No entanto, de acordo com o Corpo de Bombeiros, alguns tipos de empresas dentre as quais está incluído as boates, são consideradas de Alto Risco de incêndio independentemente das características do imóvel onde estejam instaladas, uma vez que possuem características próprias que podem gerar risco às pessoas, como no caso de aglomerações em bailes, boates, estádios etc.).

A obtenção do licenciamento está condicionada à apresentação de Projeto Técnico (PT). Este procedimento passa por duas etapas, a primeira se refere à análise, onde é feita uma verificação se as medidas de segurança projetadas obedecem às regras definidas pelo (CBMMG,2020). Nesta etapa deverão ser apresentados os documentos técnicos, que pode incluir plantas, documento de responsabilidade técnica, quadros resumo, memoriais de cálculo e outros. Estes documentos devem ser produzidos por Engenheiros ou Arquitetos (Responsáveis Técnicos – RT), serem organizados e entregues ao Corpo de Bombeiros para que seja feita a análise.

Depois da aprovação do projeto e executada a instalação dos sistemas preventivos no imóvel, é realizada a segunda etapa, onde o Corpo de Bombeiros realiza uma vistoria mediante a uma solicitação que pode ser feita de forma autônoma pelo proprietário, responsável pelo uso ou pelo representante legal do imóvel, sem necessariamente ser

representado pelo RT. Caso o Corpo de Bombeiros constate que os sistemas preventivos desenhados em planta estão devidamente instalados no imóvel, será emitido o AVCB.

Segundo a legislação tributária vigente, o valor cobrado, por meio da Taxa de Segurança Pública (TSP), pelos serviços prestados pelo Corpo de Bombeiros Militar é definido com base na Unidade Fiscal do Estado de Minas Gerais (UFEMG), cujo valor é estabelecido, anualmente, pela Secretaria da Fazenda do Estado de Minas Gerais. De acordo com a Resolução nº 5.425 de 15 de dezembro de 2020, publicada no Diário Oficial de Minas Gerais, para o exercício de 2021 o valor da Unidade Fiscal do Estado de Minas Gerais (UFEMG) será de R\$ 3,9440 (três reais, nove mil quatrocentos e quarenta décimos de milésimos).

As normas que detalham o grau de risco sanitário das atividades econômicas são as seguintes: RDC ANVISA n. 418/2020; Resolução SES/MG n. 6.963/2019 (estabelece a classificação de risco das atividades econômicas sujeitas ao controle sanitário para fins de licenciamento sanitário no âmbito do estado de Minas Gerais); Normativo Municipal próprio.

De acordo com as normas supracitadas, as atividades a serem desenvolvidas pela Kanara Club estão compreendidas na classificação de baixo risco, o que significa que o licenciamento pode ser realizado de forma simplificada dispensando vistoria. Neste caso, o procedimento pode ser realizado no âmbito municipal, de forma eletrônica ou presencial após o fornecimento de informações e declarações assinadas pelo responsável legal do estabelecimento.

Todas as etapas do processo de licenciamento da boate Kanara Club podem ser feitas de forma digital pelo REDESIM (Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios). O REDESIM é uma política pública nacional, efetivada em Minas Gerais pela Junta Comercial do estado de Minas Gerais (JUCEMG), trata-se de um sistema informatizado que permite integrar e agilizar o processo de abertura, alteração e baixa de empresas interligando todas as entidades e órgãos diretos ou indiretamente envolvidos no processo de legalização. De acordo com o sistema, o município de São João Evangelista já se encontra integrado ao programa, o que viabiliza o processo de legalização da empresa através deste sistema. O valor da taxa de arrecadação fiscal é definido pelo município.

2.2.4.7. Espaço físico da produção

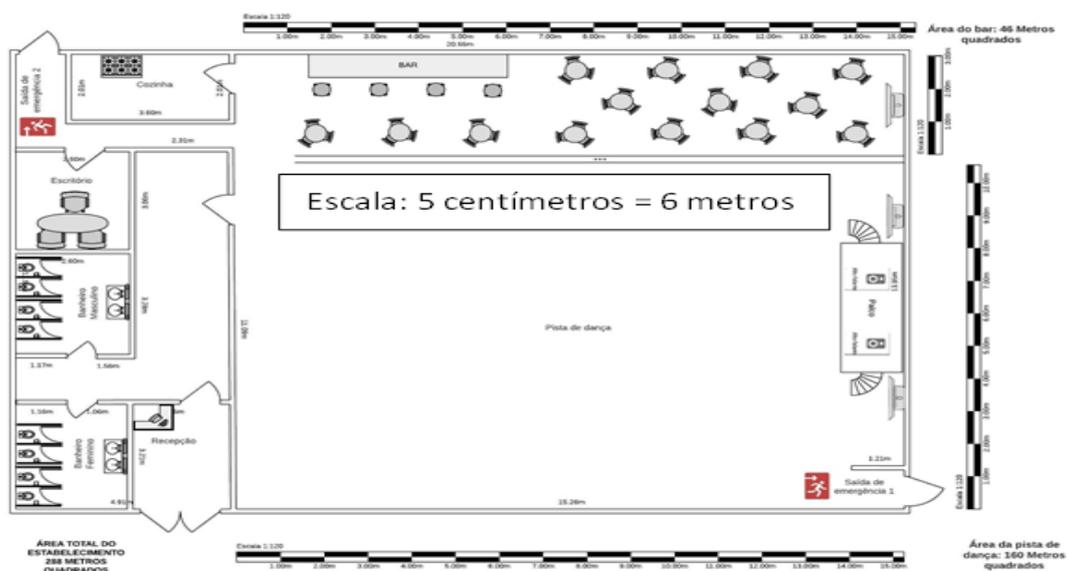
O espaço de produção da boate será constituído de uma cozinha, onde terá um freezer que será utilizado para armazenados às carnes, batatas e salgados e produzidas e as porções e

frito os salgados, e um bar com prateleiras de vidro onde ficarão expostas as bebidas juntamente com uma geladeira onde ficarão as frutas e algumas bebidas que não caberem nos dois freezers. Por se tratar de produtos perecíveis, todos os insumos necessários para a produção, serão estocados em geladeira e freezer, logo, não serão viáveis estoques muito grandes, apenas o necessário para uma demanda quinzenal.

2.2.4.8. *Layout da boate*

A seguir é apresentado o layout da boate Kanara Club, a área total do estabelecimento corresponde a 288 metros quadrados, sendo que destes, 160 metros quadrados são destinados à pista de dança e 46 metros quadrados destinados à área do bar incluindo o local onde ficarão as mesas. O espaço remanescente é ocupado pelo escritório, cozinha, banheiros, recepção, corredores e etc.

Figura 5 - *Layout da Boate*



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

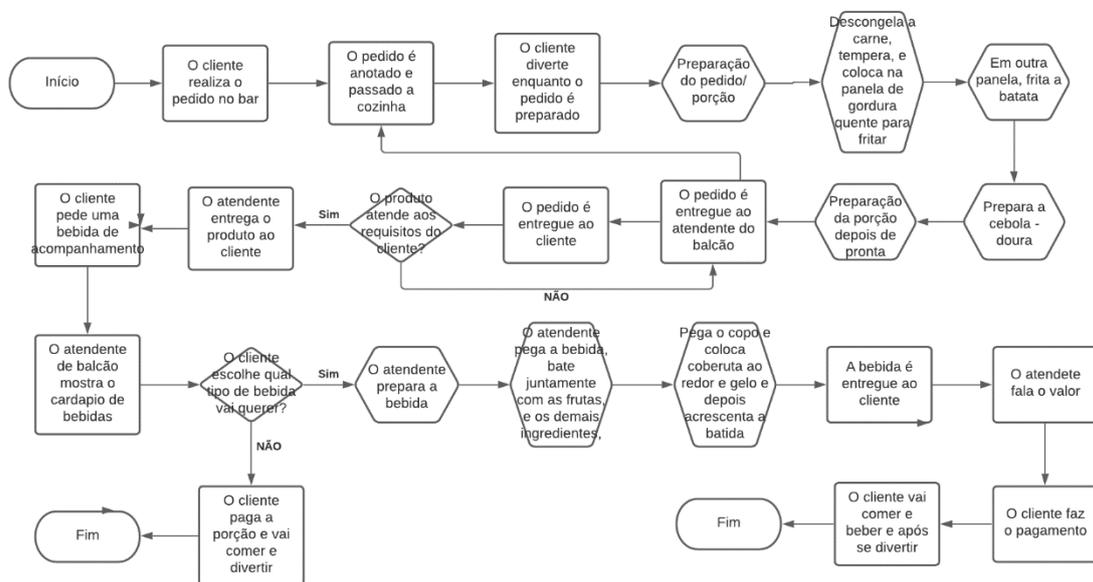
Em relação à capacidade de pessoas que a boate poderá comportar, deverão ser levados em conta alguns requisitos exigidos pelo Corpo de Bombeiros. Segundo a Instrução Técnica N. 33 3ª edição, elaborada pelo Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais, o organizador/responsável técnico determinará a quantidade máxima de pessoas em um evento, devendo ser observada a capacidade de acomodação do local e capacidade de saída. Portanto, a boate poderá comportar cerca de 412 clientes. No entanto esse número é estimado, uma vez que pode variar de acordo com as exigências do Corpo de Bombeiros no ato da vistoria.

2.2.4.9. Estoque

Quanto a aquisição de materiais, são considerados os seguintes critérios:

- Produtos de qualidade, para que possa ter boa durabilidade e conservação;
- Produtos em perfeito estado, visibilidade e padronizados no caso de salgados;
- Local de compra confiável, com CNPJ, que emita nota fiscal, para que não haja fraude;
- Entrega dentro do prazo, para que não falte produto em estoque;
- Produtos diversificados e dentro do prazo de validade.

Figura 6 - Fluxograma da Produção



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.2.5. Plano financeiro

O plano financeiro será dividido em tabelas as quais se encontram abaixo com seus respectivos valores. Se tratando do estoque inicial, visto à perenidade de alguns ingredientes necessários a produção, a boate Kanara Club trabalhará com um estoque mensal. Os ingredientes necessários com base em uma produção mensal de vendas no bar da boate são os seguintes:

Tabela 1 - Investimento Inicial

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO R\$	VALOR TOTAL R\$
Armário	3	1.000,00	3.000,00
Bancos Boate/ Bar	46	108,00	4.968,00
Caixa registradora	2	500,00	1.000,00
Câmera de segurança	10	100,00	1.000,00
Computador	2	1.400,00	2.800,00
Decoração do ambiente geral	1	9.000,00	9.000,00
Equipamentos de segurança	8	250,00	2.000,00
Fogão industrial	1	400,00	400,00
Chapa industrial	1	1.500,00	1.500,00
Freezer	5	1.500,00	7.500,00
Geladeiras	2	1.300,00	2.600,00
Impressora	1	800,00	800,00
Impressora fiscal	2	200,00	400,00
Leitor de código de barras	1	200,00	200,00
Mesas Boate/ Bar	14	358,00	5.012,00
Mesas e cadeiras de escritório	R\$ 2,00	450,00	900,00
Micro-ondas	1	300,00	300,00
Prateleiras	10	100,00	1.000,00
Radiocomunicador	6	50,00	300,00
Sons e equipamentos sonoros	1	12.000,00	12.000,00
Telefone	3	100,00	300,00
Televisão	3	800,00	2.400,00
Utensílios de cozinha	1	1.000,00	1.000,00
Vitrine estufa	1	600,00	600,00
Total			60.980,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 2 - Investimento Pré-Operacional

DESCRIÇÃO	VALOR TOTAL R\$
Criação e registro da marca	600,00
Gastos de legalização	1.200,00
Marketing para inauguração	400,00
Reformas e obras	1.000,00
Taxas e licenças	1.500,00
Treinamento da equipe	500,00
Softwares de gestão	100,00
Uniformes e crachás	200,00
Total	5.500,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 3 - Estoque Inicial para Porções

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR	VALOR
	KG	UNITÁRIO R\$	TOTAL R\$
<i>Cheddar</i>	10	15,00	150,00
Batata Frita	50	16,00	800,00
Carne de boi Picanha	50	55,00	2.750,00
Carne de peito de frango	50	17,00	850,00
Carne de peixe filé de merluza	50	35,00	1.750,00
Carne de porco lombo	50	19,00	950,00
Linguiça calabresa	10	10,00	100,00
<i>Cheddar</i> – 4 queijos	10	15,00	150,00
Cebola	25	3,00	75,00
Óleo	16	8,00	128,00
Sal	6	2,50	15,00
Alho	4	20,00	80,00
Pimenta do reino	2	30,00	60,00
TOTAL			7.858,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

OBS.: Poção mista será metade de carne escolhida e metade de batata. Com base nas entrevistas anteriores notou-se que a procura maior é por porções de 1 kg pois, rende mais além de ser um pouco maior em seguida da de 500g e por último a de 250g. Então decidi -se que com 50kg de carne e batata faz:

Quadro 6 - Cálculo das Porções

CÁLCULO PARA TODAS AS PORÇÕES DE 1 KG

20ml de óleo x 140 porções = 2800ml / 900ml garrafa de óleo = 3,1 litros de óleo

100g de cebola x 140 porções = 14 kg de cebola

25g de sal x 140 porções = 3,5 kg de sal

20g de alho x 140 porções = 2,8 kg de alho

5g de pimenta do reino x 140 porções = 700g de pimenta

CÁLCULO PARA TODAS AS PORÇÕES DE 500 G

10ml de óleo x 80 porções = 800ml / 900ml garrafa de óleo = 0,8 litros de óleo

50g de cebola x 80 porções = 4 kg de cebola

13g de sal x 80 porções = 1,040 kg de sal

10g de alho x 80 porções = 800g de alho

2,5g de pimenta do reino x 80 porções = 200g de pimenta

CÁLCULO PARA TODAS AS PORÇÕES DE 250 G

5ml de óleo x 80 porções = 400ml / 900ml garrafa de óleo = 0,4 litros de óleo

25g de cebola x 80 porções = 2 kg de cebola

7g de sal x 80 porções = 560 g de sal

5g de alho x 80 porções = 400g de alho

1,5g de pimenta do reino x 80 porções = 120g de pimenta

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 4 - Estoque Inicial para Salgados

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR	VALOR
		UNITÁRIO R\$	TOTAL R\$
Coxinha de carne de frango	150	3,00	450,00
Coxinha de carne de frango com catupiry	150	3,00	450,00
Empada de frango	150	3,00	450,00
Empada de queijo	50	3,00	150,00
Espetinho de carne bovina	150	4,00	600,00
Espetinho de carne de frango	150	4,00	600,00
Espetinho de carne de linguiça	150	4,00	600,00
Espetinho de medalhão	150	4,00	600,00
Pastel de carne bovina	150	3,00	450,00
Pastel de carne de frango	150	3,00	450,00
Pastel de queijo	150	3,00	450,00
Óleo para fritura e assar espetinhos	20	8,00	160,00
TOTAL			5.410,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 5 - Estoque Inicial para Coquetéis

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR	VALOR
	KG	UNITÁRIO R\$	TOTAL R\$
Folhas de hortelã	2	3,00	6,00
Abacaxi	5	4,00	20,00
Sal	1	2,50	2,50
Limão	10	2,00	20,00
Maça	5	5,00	25,00
Morango	5	5,00	25,00
Melão	5	5,00	25,00
Menta	10	3,00	30,00
Laranja	5	4,00	20,00
Açúcar	1	15,00	15,00
Cobertura de chocolate	1	8,00	8,00
Cobertura de leite condensado	1	8,00	8,00
Cobertura de limão	1	8,00	8,00
Cobertura de menta	1	8,00	8,00
Cobertura de morango	1	8,00	8,00
Corante azul	5	2,00	10,00
Gelo	20	10,00	200,00
Leite condensado	10	5,00	50,00
TOTAL			488,50

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Quadro 7 - Cálculo das Quantidades para Coquetéis

TIPO	ITENS INCLUSOS
Coquetel de caipirinha	Cobertura de limão - 40 ml Fatia de limão - limão - 200 ml Leite condensado - 50 ml 10g Cachaça - 250 ml Vodka - 100 ml Limão - 200 ml
Coquetel de Cosmopolitan	Leite condensado - 40 ml Licor de laranja - 100 ml Suco de cramberry - 100 ml fatia de laranja - 10g Rum branco - 100 ml Limão - 100 ml
Coquetel de Daiquiri de Morango	Leite condensado - 100 ml Cobertura de morango - 40 ml Suco de morango - 200 ml Fatia de morango- 10g Vermouth - 100 ml Limão - 200 ml
Coquetel Dry Martini	Leite condensado - 100 ml Cobertura de limão - 40 ml Gin - 100 ml Fatia de limão- 10g Tekila - 100 ml Limão - 200 ml
Coquetel de Margarita	Leite condensado - 100 ml Cobertura de limão - 30 ml Contreau - 100 ml Sal - 10g Fatia de limão- 10g Rum branco - 100 ml Limão - 150 ml
Coquetel de Mojito	Leite condensado - 100 ml Cobertura de menta - 40 ml Água gaseificada - 150 ml Folhas de hortelã- 10g Suco de morango - 100 ml Limão - 100 ml
Coquetel não alcoólico -Batida de Abacaxi	Leite condensado - 10 ml Suco abacaxi - 200ml Cobertura de morango - 30 ml refrigerante - 100 ml

TIPO	ITENS INCLUSOS
Coquetel não alcoólico -Drink Azul	Fatia de abacaxi- 10g Suco de morango - 120 ml Leite condensado - 100 ml Corante azul - 50ml Suco laranja - 130ml Cobertura de morango - 40 ml Água gaseificada - 100 ml Fatia de laranja- 10g Suco de maça- 100 ml limão - 200 ml
Coquetel não alcoólico -Limonada Suíça	Leite condensado - 25 ml Cobertura de limão - 40ml Gelo - 25g Água gaseificada - 150 ml Fatia de limão- 10g Suco de maça - 100 ml Água gaseificada - 150 ml Limão - 100 ml
Coquetel não alcoólico - Mojito	Leite condensado - 50 ml Cobertura de menta - 40 ml Suco de hortelã- 100g Folhas de hortelã - 10g Suco de melão - 100 ml Água gaseificada - 100 ml Limão - 100 ml Suco de laranja - 100 ml
Coquetel não alcoólico - Refresco de Melão	Cobertura de leite condensado - 15 ml Gelo - 25mg Suco de hortelã- 100g Folhas de hortelã - 10g

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 6 - Estoque Inicial de Bebidas Alcoólicas

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO R\$	VALOR TOTAL R\$
Absinto	10	45,00	450,00
<i>Absolut vodka</i>	10	50,00	500,00
Amarula	10	25,00	250,00
Aperol	10	16,00	160,00
<i>Askov</i>	10	8,00	80,00

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR	
		UNITÁRIO R\$	TOTAL R\$
<i>Bacardi Gold</i>	10	20,00	200,00
<i>Ballantine's</i>	10	50,00	500,00
<i>Bigloff</i>	10	18,00	180,00
<i>Black Label</i>	10	70,00	700,00
Cachaça	10	10,00	100,00
Campari	10	30,00	300,00
Catuaba	10	7,00	70,00
Cerveja Antártica	2.000	2,50	5.000,00
Cerveja <i>Brahma</i>	2.000	2,50	5.000,00
Cerveja <i>Budwiser</i>	1.500	3,00	4.500,00
Cerveja Corona Extra	1.800	4,00	7.200,00
Cerveja Devasa	500	2,50	1.250,00
Cerveja <i>Heineken</i>	1.800	4,00	7.200,00
Cerveja Itaipava	500	2,50	1.250,00
Cerveja Kaiser	500	2,50	1.250,00
Cerveja <i>Skol</i>	1.500	2,50	3.750,00
Cerveja <i>Skol Beats</i>	1.800	4,00	7.200,00
Champanhe <i>Brut Rose</i>	10	25,00	250,00
Chandon	10	70,00	700,00
<i>Chivas Regal</i>	10	50,00	500,00
<i>Ciroc</i>	10	75,00	750,00
<i>Cointreau</i>	10	15,00	150,00
Conhaque <i>Dreher</i>	10	5,00	50,00
Conhaque Presidente	10	5,00	50,00
Gin	10	50,00	500,00
<i>Gold Label</i>	10	50,00	500,00
<i>Green Label</i>	10	50,00	500,00
<i>Jack Daniel'S</i>	10	50,00	500,00
<i>Jim Bem Black</i>	10	50,00	500,00
Jose Cuervo Especial	10	50,00	500,00
Jose Cuervo Tradicional	10	50,00	500,00

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR	
		UNITÁRIO R\$	TOTAL R\$
<i>Ketel One</i>	10	50,00	500,00
<i>Leonoff</i>	10	10,00	100,00
Martini	10	25,00	250,00
Montila	10	15,00	150,00
<i>Orloff</i>	10	20,00	200,00
<i>Platinum Label</i>	10	50,00	500,00
<i>Red Label</i>	13	50,00	650,00
Rum Bacardi Carta Branca	10	45,00	450,00
Sagatiba Pura	10	25,00	250,00
<i>Sky</i>	10	25,00	250,00
<i>Smirnoff</i>	10	10,00	100,00
Tequileiro	10	25,00	250,00
<i>Vermouth</i>	10	25,00	250,00
Vinho Seco	10	13,00	130,00
Vinho Suave	10	12,00	120,00
Licor De Laranja	10	8,00	80,00
Copo De <i>Choopp</i>	3.000	4,00	12.000,00
<i>White Horse</i>	10	50,00	500,00
TOTAL			69.770,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 7 - Estoque Inicial de Bebidas não Alcoólicas

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR	VALOR TOTAL
		UNITÁRIO R\$	R\$
Suco de <i>Gramberry</i>	5	10,00	50,00
Refrigerante 2L guaraná	50	5,00	250,00
Refrigerante 2L coca cola	50	6,00	300,00
Refrigerante 2L fanta laranja	50	5,00	250,00
Refrigerante 2L fanta uva	50	5,00	250,00
Refrigerante 2L pepsi	50	5,00	250,00
Refrigerante 2L <i>sprite</i>	50	5,00	250,00
Refrigerante lata guaraná	350	2,50	875,00
Refrigerante coca cola	350	2,50	875,00
Refrigerante fanta laranja	350	2,50	875,00
Refrigerante fanta uva	350	2,50	875,00
Refrigerante pepsi	350	2,50	875,00
Refrigerante <i>sprite</i>	350	2,50	875,00
Energético extra <i>power</i>	500	2,00	1.000,00
Energético <i>fusion</i>	500	5,00	2.500,00
Energético <i>monster</i>	500	5,00	2.500,00
Energético <i>red bull</i>	500	5,00	2.500,00
Energético 2L extra <i>power</i>	100	7,00	700,00
Energetico 2L <i>fusion</i>	100	7,00	700,00
Energetico 2L mormai	100	7,00	700,00
Energetico 2L <i>one</i>	100	7,00	700,00
Água gaseificada	300	2,00	600,00
Água natural	180	1,50	270,00
Energético TNT	100	7,00	700,00
TOTAL			19.720,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Totalizando de estoques em R\$ 103.246,50

Tabela 8 - Capital de Giro

Capital de giro	Prazo médio de recebimento à vista - 50%
	Prazo médio de recebimento a prazo 3 dias – 50%
	Prazo médio de pagamento à vista - 50%
	Prazo médio de pagamento a prazo 30 dias – 50%
	Prazo médio de estoque – 30 dias
	Ciclo financeiro – 16,5 dias
	Giro de caixa - 21,82 dias
	Necessidade de Capital de giro – R\$ 89.393,11
	Desembolso anual – R\$ 1.841.304,24
	Reserva financeira – R\$ 5.000,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 9 - Investimento Total

100% FONTE DE RECURSOS PRÓPRIOS			
Rafael	R\$		129.559,80
Karolaine	R\$		129.559,81
TOTAL	R\$		259.119,61
APLICAÇÃO DE RECURSOS			
DESCRIÇÃO		VALOR R\$	
Investimentos fixos	R\$		60.980,00
Investimentos pré-operacionais	R\$		5.500,00
Estoque inicial	R\$		103.246,50
Capital de giro	R\$		89.393,11
TOTAL	R\$		259.119,61

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 10 - Receitas e Custos

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QEV			
				R\$	RE R\$	LU R\$	CEV R\$
Porção de batata com cheeddar ou calabresa 250g	12,00	FP	16,00	20	320,00	4,00	240,00
Porção de batata com cheeddar ou calabresa 500g	20,00	FP	26,00	20	520,00	6,00	400,00
Porção de batata com cheeddar ou calabresa 1kg	28,00		38,00	32	1.216,00	10,00	896,00
Porção de carne bovina 250g	28,00	FP	35,00	15	525,00	7,00	420,00
Porção de carne bovina 500g	32,00	FP	49,00	19	931,00	17,00	608,00
Porção de carne bovina 1kg	55,00	FP	65,00	35	2.275,00	10,00	1.925,00
Porção de carne frango 250g	9,00	FP	14,00	15	210,00	5,00	135,00
Porção de carne frango 500g	18,00	FP	22,00	18	396,00	4,00	324,00
Porção de carne frango 1kg	24,00	FP	35,00	23	805,00	11,00	552,00
Porção de carne suína 250g	12,00	FP	18,00	16	288,00	6,00	192,00
Porção de carne suína 500g	25,00	FP	32,00	18	576,00	7,00	450,00
Porção de carne suína 1kg	32,00	FP	40,00	30	1.200,00	8,00	960,00
Porção de carne peixe 250g	18,00	FP	25,00	15	375,00	7,00	270,00
Porção de carne	25,00	FP	30,00	20	600,00	5,00	500,00

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QEV			
				R\$	RE R\$	LU R\$	CEV R\$
peixe 500g							
Porção de carne	38,00	FP	45,00	25	1.125,00	7,00	950,00
peixe 1kg							
Porção mista	28,00	FP	36,00	8	288,00	8,00	224,00
500g							
Porção mista 1kg	35,00	FP	48,00	10	480,00	13,00	350,00
Ingressos	2,00	FP	5,00	2100	10.500,00	3,00	4.200,00
Bebida <i>Askov</i>	2,00	Revenda	3,00	20	60,00	1,00	40,00
Bebida cachaça	2,00	Revenda	3,00	30	90,00	1,00	60,00
Bebida vinho	4,00	Revenda	6,00	90	540,00	2,00	360,00
Bebida <i>budwiser</i>	4,00	Revenda	6,00	1200	7200,00	2,00	4800,00
Bebida amarula	3,50	Revenda	5,00	21	105,00	1,50	73,50
Bebida aperol	3,50	Revenda	5,00	6	30,00	1,50	21,00
Bebida bacardi	3,50	Revenda	5,00	25	125,00	1,50	87,50
<i>Gold</i>							
Bebida cerveja	3,50	Revenda	5,00	12	60,00	1,50	42,00
devasa							
Bebida <i>bigloff</i>	3,50	Revenda	5,00	12	60,00	1,50	42,00
Bebida campari	3,50	Revenda	5,00	12	60,00	1,50	42,00
Bebida catuaba	3,50	Revenda	5,00	15	75,00	1,50	52,50
Bebida cerveja	3,50	Revenda	5,00	2000	10.000,00	1,50	7.000,00
antártica							
Bebida cerveja	3,50	Revenda	5,00	2000	10.000,00	1,50	7.000,00
<i>brahma</i>							
Bebida cerveja	3,50	Revenda	5,00	15	75,00	1,50	52,50
devassa							
Bebida cerveja	3,50	Revenda	5,00	20	100,00	1,50	70,00
Itaipava							
Bebida cerveja	3,50	Revenda	5,00	15	75,00	1,50	52,50
kaiser							
Bebida cerveja	3,50	Revenda	5,00	1000	5.000,00	1,50	3.500,00

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QEV			
				R\$	RE R\$	LU R\$	CEV R\$
<i>skol</i>							
Bebida <i>ciroc</i>	3,50	Revenda	5,00	30	150,00	1,50	105,00
Bebida conhaque	3,50	Revenda	5,00	15	75,00	1,50	52,50
<i>dreher</i>							
Bebida conhaque	3,50	Revenda	5,00	15	75,00	1,50	52,50
presidente							
Bebida licor de laranja	3,50	Revenda	5,00	24	120,00	1,50	84,00
Bebida martini	3,50	Revenda	5,00	27	135,00	1,50	94,50
Bebida montila	3,50	Revenda	5,00	18	90,00	1,50	63,00
Bebida <i>orloff</i>	3,50	Revenda	5,00	15	75,00	1,50	52,50
Refrigerante lata	3,50	Revenda	5,00	200	1.000,00	1,50	700,00
guaraná							
Refrigerante lata	3,50	Revenda	5,00	260	1.300,00	1,50	910,00
coca cola							
Refrigerante lata	3,50	Revenda	5,00	120	600,00	1,50	420,00
fanta laranja							
Refrigerante lata	3,50	Revenda	5,00	98	490,00	1,50	343,00
fanta uva							
Refrigerante lata	3,50	Revenda	5,00	100	500,00	1,50	350,00
pepsi							
Refrigerante lata	3,50	Revenda	5,00	96	480,00	1,50	336,00
sprite							
Bebida sagatiba	3,50	Revenda	5,00	12	60,00	1,50	42,00
pura							
Bebida <i>sky</i>	3,50	Revenda	5,00	24	120,00	1,50	84,00
Bebida <i>smirnoff</i>	3,50	Revenda	5,00	27	135,00	1,50	94,50
Suco de	3,50	Revenda	5,00	12	60,00	1,50	42,00
<i>gramberry</i>							
Bebida tequileiro	3,50	Revenda	5,00	18	90,00	1,50	63,00
Bebida <i>chandon</i>	10,00	Revenda	15,00	50	750,00	5,00	500,00

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QEV			
				R\$	RE R\$	LU R\$	CEV R\$
Água gaseificada	2,00	Revenda	2,50	250	625,00	0,50	500,00
Bebida absinto	5,00	Revenda	8,00	24	192,00	3,00	120,00
Bebida <i>absolut</i> <i>vodka</i>	5,00	Revenda	8,00	25	200,00	3,00	125,00
Bebida <i>ballantine's</i>	5,00	Revenda	8,00	20	160,00	3,00	100,00
Bebida cerveja <i>skol beats</i>	5,00	Revenda	8,00	1500	12.000,00	3,00	7.500,00
Bebida champanhe <i>brut</i> <i>rose</i>	5,00	Revenda	8,00	31	248,00	3,00	155,00
Bebida <i>cointreau</i>	5,00	Revenda	8,00	28	224,00	3,00	140,00
Bebida gin	5,00	Revenda	8,00	45	360,00	3,00	225,00
Bebida <i>gold</i> <i>label</i>	5,00	Revenda	8,00	45	360,00	3,00	225,00
Bebida <i>green</i> <i>label</i>	5,00	Revenda	8,00	24	192,00	3,00	120,00
Bebida <i>jack</i> <i>daniel's</i>	5,00	Revenda	8,00	27	216,00	3,00	135,00
Bebida <i>jim bem</i> <i>black</i>	5,00	Revenda	8,00	45	360,00	3,00	225,00
Bebida jose cuervo especial	5,00	Revenda	8,00	24	192,00	3,00	120,00
Bebida jose cuervo tradicional	5,00	Revenda	8,00	40	320,00	3,00	200,00
Bebida <i>ketel one</i>	5,00	Revenda	8,00	21	168,00	3,00	105,00
Bebida rum Bacardi carta branca	5,00	Revenda	8,00	29	232,00	3,00	145,00
Bebida <i>vermouth</i>	5,00	Revenda	8,00	30	240,00	3,00	150,00

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QEV			
				R\$	RE R\$	LU R\$	CEV R\$
Bebida vinho seco	5,00	Revenda	8,00	24	192,00	3,00	120,00
Bebida <i>White horse</i>	5,00	Revenda	8,00	35	280,00	3,00	175,00
Bebida <i>choop</i>	5,00	Revenda	8,00	2700	21.600,00	3,00	13.500,00
Bebida <i>leonoff</i>	5,00	Revenda	8,00	29	232,00	3,00	145,00
Bebida <i>black label</i>	8,50	Revenda	10,00	28	280,00	1,50	238,00
Bebida corona extra	8,50	Revenda	10,00	1500	15.000,00	1,50	12.750,00
Bebida <i>chivas regal</i>	8,50	Revenda	10,00	30	300,00	1,50	255,00
Bebida cerveja <i>heineken</i>	8,50	Revenda	10,00	1700	17.000,00	1,50	14.450,00
Energético extra <i>power</i>	8,50	Revenda	10,00	300	3.000,00	1,50	2.550,00
Energético fusion	8,50	Revenda	10,00	280	2.800,00	1,50	2.380,00
Energético <i>monster</i>	8,50	Revenda	10,00	390	3.900,00	1,50	3.315,00
Energético <i>red bull</i>	8,50	Revenda	10,00	400	4.000,00	1,50	3.400,00
Bebida <i>platinum label</i>	8,50	Revenda	10,00	25	250,00	1,50	212,50
Bebida <i>red label</i>	8,50	Revenda	10,00	2	20,00	1,50	17,00
Refrigerante 2L guaraná	8,50	Revenda	10,00	21	210,00	1,50	178,50
Refrigerante 2L coca cola	8,50	Revenda	10,00	40	400,00	1,50	340,00
Refrigerante 2L fanta laranja	8,50	Revenda	10,00	30	300,00	1,50	255,00
Refrigerante 2L	8,50	Revenda	10,00	28	280,00	1,50	238,00

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QEV			
				R\$	RE R\$	LU R\$	CEV R\$
fanta uva							
Refrigerante 2L	8,50	Revenda	10,00	39	390,00	1,50	331,50
pepsi							
Refrigerante 2L	8,50	Revenda	10,00	26	260,00	1,50	221,00
sprite							
Energético 2L	15,00	Revenda	20,00	90	1.800,00	5,00	1.350,00
extra power							
Energético 2L	15,00	Revenda	20,00	70	1.400,00	5,00	1.050,00
fusion							
Energético 2L	15,00	Revenda	20,00	50	1.000,00	5,00	750,00
mormai							
Energético 2L	15,00	Revenda	20,00	60	1.200,00	5,00	900,00
one							
Energético TNT	15,00	Revenda	20,00	45	900,00	5,00	675,00
Água natural	1,50	Revenda	2,00	130	260,00	0,50	195,00
Empada de	3,00	Revenda	4,50	120	540,00	1,50	360,00
queijo e frango							
Coxinha de carne	3,00	Revenda	4,50	100	450,00	1,50	300,00
de frango							
Coxinha de carne	3,50	Revenda	4,80	100	480,00	1,30	350,00
de frango com							
catupiry							
Espetinho de	4,00	Revenda	5,00	140	700,00	1,00	560,00
carne bovina							
Espetinho de	4,00	Revenda	5,00	100	500,00	1,00	400,00
carne de frango							
Espetinho de	4,00	Revenda	5,00	90	450,00	1,00	360,00
carne de linguiça							
Espetinho de	4,00	Revenda	5,00	110	550,00	1,00	440,00
medalhão							
Pastel de carne	4,00	Revenda	5,00	85	425,00	1,00	340,00

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QEV			
				R\$	RE R\$	LU R\$	CEV R\$
bovina							
Pastel de carne	4,00	Revenda	5,00	72	360,00	1,00	288,00
de frango							
Pastel de queijo	4,00	Revenda	5,00	60	300,00	1,00	240,00
Coquetel de	5,00	FP	8,00	50	400,00	3,00	250,00
caipirinha							
Coquetel não	6,00	FP	10,00	78	780,00	4,00	468,00
alcoólico batida							
de abacaxi							
Coquetel não	6,00	FP	10,00	95	950,00	4,00	570,00
alcoólico drink							
azul							
Coquetel não	6,00	FP	10,00	53	530,00	4,00	318,00
alcoólico							
limonada suíça							
Coquetel não	6,00	FP	10,00	62	620,00	4,00	372,00
alcoólico mojito							
Coquetel não	6,00	FP	10,00	40	400,00	4,00	240,00
alcoólico							
refresco de							
melão							
Coquetel <i>dry</i>	9,00	FP	12,00	90	1.080,00	3,00	810,00
martini							
Coquetel	9,00	FP	12,00	82	984,00	3,00	738,00
margarita							
Coquetel mojito	9,00	FP	12,00	110	1.320,00	3,00	990,00
Coquetel	9,00	FP	15,00	80	1.200,00	6,00	720,00
<i>cosmopolitan</i>							
Coquetel	9,00	FP	15,00	100	1.500,00	6,00	900,00
Daiquiri de							
morango							

TIPO	VU R\$	TIPO	PV R\$	QE V		LU R\$	CEV R\$
				R\$	RE R\$		
TOTAL					158.652,00		121.575,50

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Quanto as abreviaturas, as mesmas são nomeadas em:

- VU- Valor unitário
- PV- Preço de venda
- QE V- Quantidade esperada de venda
- RE- Receitas
- LU- Lucro unitário
- CEV- Custo dos itens esperados de venda
- FP- Fabricação Própria

Tabela 11 - Custos Variáveis

ITEM	VALOR R\$	%
Taxas de cartões	7.932,60	5%
Propaganda	1.586,52	1%
Impostos Simples Nacional	9.519,12	6%
TOTAL	19.038,24	

Depreciação

R\$	60.980,00	10 anos de vida útil
Anual =	6.098,00	Mensal = 508,17

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 12 - Gastos com Funcionários

TIPO	VAGA	CUSTO			CUSTO TOTAL	
		SALÁRIO R\$	ENCARGOS SOCIAIS	COM ENCARGO BENEFICIOS		
Atendente	1	1.269,00	37%	469,53	1,00	1.739,53

TIPO	VAGA	SALÁRIO R\$	ENCARGOS SOCIAIS	CUSTO		CUSTO TOTAL
				COM ENCARGO	BENEFICIOS	
de balcão						
Cozinheiro						
geral	1	1.313,52	37%	486,00	1,00	1.800,52
Faxineira	1	1.201,30	37%	444,48	1,00	1.646,78
Agente de						
segurança	3	1.367,00	37%	1.517,37	1,00	5.619,37
TOTAL	6	5.150,82		2.917,38	6,00	10.808,20

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 13 - Custos Fixos

ITEM	VALOR R\$
Água	200,00
Aluguéis, condomínio e IPTU	1.500,00
Depreciação	508,17
Encargos sociais sobre pró-labore	1.000,00
Encargos sociais sobre salários	2.917,38
Honorários contábeis	600,00
Luz	1.000,00
Manutenção	200,00
Limpeza	350,00
Materiais de escritório	200,00
Pró-labore	5.000,00
Salários	7.890,82
Seguros	800,00
Tarifas bancárias	60,00
Tarifas de operadoras de cartão	18,50
Gás	500,00
Telefone e internet	250,00
TOTAL	22.994,87

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 14 - DRE

ITEM	VALOR R\$	%
Receita total	158.652,00	100
Custos variáveis totais	130.447,15	82,22
Margem de contribuição	28. 204,85	17,78
Custos fixos totais	22.994,87	14,49
Resultado operacional	5.209,99	3,28%

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Tabela 15 - Indicadores Financeiros

DESCRIÇÃO	VALOR R\$
Receita Anual	R\$ 1.903.824,00
Custos Variáveis	-R\$ 1.565.365,80
Margem de Contribuição	R\$ 338.458,20
Custos Fixos	-R\$ 275.938,44
Resultado	R\$ 62.520,00
OUTROS INDICADORES	
	3,28%
Lucratividade Anual	
Payback Simples	50 meses
Rentabilidade Anual	24,13%
PONTO DE EQUILIBRIO	
Lucro anual desejado	288.000,00
PE Contábil	1.551.959,73
PE Financeiro	1.517.662,77
PE Econômico	3.171.757,26

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

De acordo com o plano de negócios em questão da boate Kanara Club, nota-se que o projeto se encontra viável do ponto de vista econômico e financeiro uma vez que, sua lucratividade anual é de 3,28%, com receita anual de 1.903.824,00 reais, se enquadrando na classificação por faturamento da empresa segundo o SEBRAE (2013) ou, empresa de pequeno porte.

Além disso, foi constatado através deste estudo que esse tipo de empreendimento na região de São João Evangelista- Minas Gerais seria um modelo muito atraente uma vez que, na região não existe esse tipo de negócio e, além disto, não haveria concorrentes diretos como outras boates e sim, somente bares ou lanchonetes que entrariam em concorrentes indiretos podendo causar como foi descrito no texto, clientes flutuantes (SEBRAE, 2013).

Contudo, somente identificar sua viabilidade não é suficiente, é necessário realizar uma análise mais aprofundada com a utilização das ferramentas de risco e retorno se o projeto em questão é mesmo viável.

2.3. Análise orçamentária

2.3.1. Orçamento de capital: conceitos e importância

Utilizar o orçamento de capital para fortalecimento, crescimento e até mesmo expansão da empresa, é considerado um trabalho necessário, ordenado e detalhista. Durante a sua realização, os gestores precisam ter em mente as ideias, os objetivos e metas que desejam alcançar, para que quando este der seguimento nos passos já pré-estipulados que servem de auxílio, não cometa erros (LEMES JÚNIOR, *ET AL*, 2010). Todavia, sua importância está ligada a montagem do fluxo de caixa que, deve ser condizente com a realidade já que esta envolve questões voltadas em longo prazo e, que afetaram de maneira positiva e significativa nos lucros, planejamento, competitividade, previsibilidade e projeções futuras desde aquisição a venda (WELSCHE, *ET AL*, 1988).

Em termos legais, encontram-se na literatura diversos conceitos de orçamento de capital como o de Gitman (2013), Souza (2013), Groppelli (2010), Fabozzi (2002), Welsche *et al* (188), etc, que em síntese levam à definição de execução de técnicas concomitantes, capazes de avaliar, comparar, distinguir, analisar e escolher investimentos a um longo período de tempo e prazo condizente com os objetivos, metas e realidades da empresa, afim de que no momento das tomadas de decisões, os gestores possam escolher a que possua a maior obtenção de riqueza possível para os proprietários. Gitman (2010) ainda retrata que a utilização de análises pautada na utilização de ferramentas, geram alterações positivas em todos os setores da empresa, abrangendo deste o ambiente interno ao externo e, desde a gerência até os departamentos isolados.

Dessa forma, com aplicação de conhecimento técnico é possível delimitar projetos, atingir os objetivos traçados, encontrar os pontos críticos que devem ser alterados, substituir

ativos e produtos obsoletos que não atendam mais a modernidade e a tendência atual, etc. Em termos gerais, o orçamento de capital permite viabilizar à empresa ao funcionamento desejado, identificando mercados, oportunidades, fraquezas próprias e dos concorrentes, possíveis ameaças, clientes, fornecedores e a própria empresa em suas preferências. Através dessa identificação, é possível no futuro abraçar novas oportunidades crescimento, mercados e tecnologias que quando alinhadas ao capital intelectual possam ser capazes de demonstrar a situação financeira real da empresa à investidores, sócios, terceiros e, demais interessados (BROOKSON, 2000).

2.3.2. Etapas e procedimentos para elaborar um orçamento de capital

Atualmente seja por meio de mídias sociais ou como observações cotidianas percebemos que o mercado está se desenvolvendo, se tornando mais competitivo e exigente. Para as empresas crescerem, se tornarem visíveis e referência no mercado estas devem acertar nas suas tomadas de decisão, a fim de não perderem dinheiro nem posição frente aos concorrentes e clientes. Clientes satisfeitos e empresa bem sucedida é sinal de crescimento. Haja vista, antecipar, adiar ou não analisar os dados e tomar uma decisão, é agir de forma equivocada e isso trará consigo uma série de consequências que atingira não somente o financeiro, mas, a empresa como um todo, indo deste o chão de fábrica ao mais alto nível e até mesmo ao cliente por um longo período (SICSÚ, ET AL, 2009).

Nesta perspectiva, Gitman (2010) afirma que é necessário seguir o processo de orçamento de capital que é formado por cinco etapas distintas:

1- GERAÇÃO DE PROPOSTAS - Essa é a primeira etapa do processo de orçamento de capital. É nela que são realizadas todas as propostas, abrangendo todos os níveis organizacionais. Nesta etapa as propostas são divididas, analisadas e revisadas pelo setor financeiro, sendo separadas pela quantidade de desembolso necessário para realização do projeto. Quanto mais alto for, mais criteriosa e detalhada ela será a análise.

2- REVISÃO E ANÁLISE - Como sequência da primeira etapa, aqui é realizado as análises de forma a identificar os erros, falhas e gargalos existentes, bem como avaliar a necessidade, a possível viabilidade econômica e o retorno esperado. Também é nessa etapa que é realizado o relatório resumido do projeto com todas as análises e identificações encontradas que posteriormente será utilizado na próxima etapa.

3- TOMADA DE DECISÃO - Normalmente ministrada por administradores e gestores, é feita de forma decisiva a fim de que possa encontrar investimentos cujo retorno seja maior do que o esperado e, se encontre dentro da faixa de capital estipulada para investimento. Vale ressaltar que em casos de dispêndios, é necessário informar ao conselho de administração, e/ou diretores da empresa para que estes considerem a tomada de decisão benéfica de forma a manter o bom funcionamento da mesma. Caso contrário, o projeto será rejeitado, uma vez que a decisão não se encontra favorável e dentro da faixa esperada.

4- IMPLEMENTAÇÃO - Quando ocorre esta etapa, significa que o projeto será ou está sendo colocado em prática. Ele deixa de estar no papel e passa a se tornar realidade. Ainda segundo Gitman (2010) projetos que necessitam de altos dispêndios de capital, são realizados por etapas.

5- ACOMPANHAMENTO - Esta é a última etapa. Aqui são realizados todos os acompanhamentos e monitoramentos do projeto desde os resultados, custos, benefícios e, comparações. Nesta etapa também podem ser realizadas ações, mudanças e tomadas possíveis providências caso o andamento do mesmo não seja como o esperado, como pautado na proposta.

Em um contexto geral, todas as etapas são imprescindíveis para o sucesso da empresa, mas quando tratadas de maneira minuciosa é possível observar ainda de acordo com Gitman (2010), que nas etapas de revisão e análise e, a tomada de decisões (etapas 2 e 3) gastam maior tempo, esforço, observação e atitude dos administradores elevando assim seus níveis de preocupação. Tal efetuação se dá devido à utilização real do orçamento de capital, pois depois de realizado os gastos com os projetos, o seu uso é quase irreversível na maioria ou até mesmo na sua totalidade (PINDYCK, 1988).

Gitman (2010) ainda descreve que na maioria das vezes há um desleixo na etapa 5, que é a do acompanhamento, o que torna preocupante já que esta etapa é a que ajuda o gestor a obter um controle e análise contínuos, verificando se o projeto está indo como o desejado ou não, qual a precisão, e suas estimativas de fluxo de caixa.

Quanto aos procedimentos, Barbosa (2018) os descreve em: a) Definir o valor financeiro do projeto; b) Calcular os fluxos de caixa considerados, incluindo o valor residual dos ativos ao término de sua vida útil já determinada; c) Estabelecer o fator de risco dos fluxos de caixa considerados; d) Detectar o risco do projeto, indicando os custos apropriados de capital (Taxa de desconto) em que os fluxos de caixa devem ser deduzidos; e) Adotar o valor presente das receitas do fluxo de caixa, afim pressupor o valor do ativo da empresa e; f) Aferir o valor atual tanto das receitas quanto dos desembolsos do fluxo de caixa a fim de

viabilizar o projeto. Projetos com taxa de retorno maior que o esperado, e excedente ao custo de capital do projeto, sendo tratada como positiva, aceita-se, caso contrário rejeita-se o projeto.

Ainda segundo Barbosa (2018) ao se utilizar os procedimentos de forma isolada, os mesmos possuem pouca serventia, porém quando em conjunto com as etapas propostas por Gitman (2010), agregam aos gestores diversas oportunidades, possibilidades, visões de investimentos e, ações com previsões que envolvem períodos de longo prazo a fim de evitar erros e perdas futuras, facilitando assim sua tomada de decisão com mais exatidão e de forma mais assertiva. Entretanto, pode se dizer que escolhas bem feitas são reflexos de eficiência e eficácia dos gestores na administração e elaboração de orçamentos de capital. É através dele que os mesmos poderão alavancar assim a empresa e, até mesmo obter oportunidades de aquisições de capital, melhorias e qualidade nas informações e produtos para os investidores e clientes (SOUZA, 2013).

2.3.3. Motivos para dispêndio de capital

Tratar sobre dispêndio de capital demanda tempo, é preciso ter em mente que para as empresas, essa palavra é sinônima de investimento de capital, um gasto necessário para produzir benefícios, a um determinado período de tempo, superior a um ano (GITMAN, 2010). Segundo Gitman (2010) o dispêndio de capital é tratado como uma despesa de fundos, as saídas de caixa feitas pelos investimentos de capital, por parte da empresa. Ainda de acordo com este conceito, distinguem-se dispêndios em dois tipos, operacional e corrente. Dispêndio operacional resulta benefícios dentro de um ano. Já o dispêndio corrente é quando os objetivos de resultados forem antes do prazo de um ano. Salienta-se ainda que desembolsos de ativos imobilizados constituem investimentos de capital, mas o inverso nem sempre acontece.

Nessa lógica, Gitman (2010, p. 326) ainda cita que as motivações de dispêndio ou investimento de capital “são diversas, mas alguns são comuns como: modernização, expansão e outros propósitos ligados à aquisição, criação ou transformação de produtos ou equipamentos existentes, etc”. Considerada uma alternativa viável do ponto de vista econômico e financeiro, a modernização e a substituição ou reforma auxilia tanto em ativos imobilizados, processos ou dos produtos que já são obsoletos ou que criam gastos e, custos excessivos. Através delas é possível modificar, criar, incrementar, substituir, reconstruir, reformar ou potencializar ativos imobilizados e produtos novos ou existentes com intenção de

acompanhar o mercado em desenvolvimento, estar à frente dos concorrentes e sempre atender os gostos e expectativas dos clientes (GITMAN, 2010).

Entretanto, se tratando de expansão e outros propósitos ligados à aquisição, criação ou transformação de produtos ou equipamentos existentes, temos que estes possuem grande relevância para as empresas, uma vez, que é possível obter um grande avanço quando a mesma é considerada sustentável. Logicamente, isso trará um alcance de maior abrangência no mercado em que esta está inserida, gerará atratividade no público-alvo ou nos demais públicos que a mesma ainda não possuiu acesso e, até mesmo em fornecedores, posicionando a mesma a estar à frente dos concorrentes (GITMAN, 2010).

Enfim, os motivos para dispêndio de capital variam de acordo com a necessidade e alvo que a empresa precisa alcançar. Sendo uma despesa de fundo, que pode ser trabalhado a curto, médio ou longo período de tempo, é considerado um investimento, para os gestores e administradores que o desejam utilizar para fins benéficos (GITMAN, 2010).

2.3.4. Terminologias básicas

Devido ao grande desenvolvimento e crescimento do mercado, as empresas buscam cada vez mais profissionais capacitados para desenvolvimento de um projeto. A experiência e conhecimento fazem total diferença no momento da escolha do profissional que elaborará o projeto, uma vez que, quando mais rentável o projeto é, melhor é para o desenvolvimento e crescimento da empresa (GIL, 2002). Visto isso, serão colocadas abaixo algumas terminologias básicas utilizadas para a possível escolha de um projeto.

Segundo Gitman (2010) projetos mutuamente excludentes são aqueles em que os fluxos de caixa estão relacionados entre si, ou seja, concorrem uns com os outros. Nesse tipo de projeto a aceitação de um rejeita todos os demais que atendam a mesma finalidade. Já por outro lado, projetos independentes são o contrário dos mutuamente excludentes, pois sua aceitação não exclui os demais e, também aqueles cujos fluxos de caixa não estão relacionados entre si, ou seja, são independentes uns dos outros.

Contudo, ao aceitar um projeto a empresa precisa verificar se esta possui fundos ilimitados ou se está sob racionamento de capital. Racionamento de capital é quando a empresa possui um valor fixo que será liberado para investimentos em capital fazendo com que diversos projetos tentem pleitear o mesmo. Contudo, quando a empresa possui fundos ilimitados para investimentos essa pode aceitar todos os projetos independentes que

proporcionem retorno aceitável, pois seu orçamento de capital não é limitado não precisando preocupar assim com qual escolher o que é mais raro (GITMAN, 2010).

Outro ponto importante quando se trata de terminologia é o enfoque de aceitação-rejeição e a classificação - hierarquização de um projeto. Quando se diz que um projeto é classificável ou hierarquizado, é porque este foi medido de forma minuciosa pela sua taxa de retorno e isso acontece em situações de racionamento de capital onde não se possui fundo ilimitado de capital. Por exemplo: aquele que possui o maior retorno ocupará a primeira classificação e assim, por conseguinte até a última. Somente projetos em um grupo mutuamente excludentes devem ser classificados. Já se tratando do enfoque da aceitação-rejeição, pode-se dizer que serve em ambas as situações de fundo ou racionamento de capital, desde que esta avalie as propostas de investimento para determinar se atendem a um critério mínimo para aprovação, ou seja, neste caso só é considerado projetos aceitáveis do ponto de vista econômico-financeiro (GITMAN, 2010).

Ainda assim, quanto aos fluxos de caixa associados a projetos temos os convencionais ou não convencionais. O convencional consiste em uma saída inicial, seguida de uma série de entradas. Já o não convencional há uma saída inicial, seguida de uma série de entradas e saídas. E por fim, os que dizem respeito à anuidade versus série mista de fluxos de caixa mostram que a anuidade é uma série de fluxos de caixa anuais iguais e, uma série de fluxos de caixa exibindo qualquer padrão que não o de uma anuidade é uma série mista de fluxos de caixa (GITMAN, 2010). Enfim, cessas terminologias são consideradas como simples e usuais, fazendo com que rapidamente estudantes e gestores se acostumem com a mesma podendo usar em todas as análises de projetos que desejarem.

2.3.5. Ferramentas de orçamento de capital

A palavra ferramenta de acordo com sua definição remete a instrumento que se usa para a realização de um trabalho, em sentido figurado remete ao conhecimento que a pessoa utiliza para realizar um trabalho, como a criatividade de um artista por exemplo para pintar um quadro (FERRAMENTA, 2019). No caso de um administrador a ferramenta seria os instrumentos utilizados para realizar seu trabalho de gerenciamento aplicando análises em situações para tomada de decisão. Objetivando uma melhor e mais clara visualização financeira desse projeto, serão usadas ferramentas para análise, que discriminarão os pontos críticos e pontos desejáveis que possam ocorrer em sua execução (SAMOHYL, 2005).

As ferramentas utilizadas são classificadas segundo Gitman (2010) em dois tipos, as ferramentas principais ou seletivas e as acessórias ou classificatórias. As ferramentas seletivas são aquelas que consideram o valor do dinheiro no tempo. Esse grupo é composto pela Taxa Interna De Retorno (TIR) e pelo Valor Presente Líquido (VPL). Já as acessórias são aquelas que desconsideram o valor do dinheiro no tempo, e esse grupo é composto pelo *Payback*, Taxa Média De Retorno (TMR), Taxa Média de Retorno Contábil (TRC) e Custo Anual Uniforme (CAU).

2.3.5.1. Ferramentas principais ou seletivas

As ferramentas seletivas, são de maior grau de importância para as análises por considerar o valor do dinheiro no tempo (GITMAN, 2010). Cada uma com sua forma de demonstrar o potencial de cada projeto, considerando as diferenças de valor da unidade monetária no tempo. Usando a definição de Gitman (2010), o VPL compara o valor do investimento inicial realizado para o início do projeto, com o valor das entradas futuras, ajustadas ao momento inicial à taxa de custo de capital da empresa, definida na seguinte fórmula:

Figura 7 - Fórmula do VPL

$$\text{VPL} = \text{Valor presente das entradas de caixa} - \text{Investimento inicial}$$

$$\text{VPL} = \sum_{t=1}^n \left(\frac{FC_t}{(1+r)^t} \right) - FC_0 = \sum_{t=1}^n (FC_t \times FVP_{r,t}) - FC_0$$

Fonte: GITMAN (2010, p. 369)

Ainda na definição de Gitman (2010), essa ferramenta indica quanto o projeto retornará do investimento em unidade monetária, então se o valor do retorno, dado pelas entradas reajustadas ao momento presente, suprir e exceder do valor do investimento, então o projeto é aprovado, se não houver excedente nem falta, não faz diferença, do ponto de vista financeiro, aprovar ou desaprovar esse projeto, mas se o somatório dos ajustes não suprir o investimento, então entende-se que o projeto dará prejuízo, sendo então o ponto final para rejeitá-lo.

A segunda ferramenta dessa classificação é a TIR que, como Gitman (2010) definiu, é a taxa de desconto das entradas planejadas, que as igualam ao valor do investimento inicial

quando descontadas para o momento presente, simulando assim a qual taxa representativa o dinheiro será investido durante o projeto analisado, definida pela seguinte fórmula:

Figura 8 - Fórmula da TIR

$$VPL = 0 = \sum_{t=1}^n \left(\frac{FC_t}{(1 + TIR)^t} \right) - FC_0$$

Fonte: GITMAN (2010, p. 371)

A decisão de aceitação ou rejeição seguindo os preceitos de Gitman (2010) dessa ferramenta se dá comparando a taxa de retorno desejada pelos investidores com a taxa indicada pela TIR, se a TIR for maior, então se aceita o projeto, pois segundo esses cálculos o projeto retornará mais do que o aceitável, se for iguais, também se aceita o projeto pois está no limite do aceitável, e por fim se inferior, se rejeita o projeto pela suposição de não ser tão rentável quanto os investidores querem para um projeto.

Ao utilizar ambas as ferramentas para tomar decisões, é possível que elas indiquem caminhos diferentes, uma indicando um projeto e a outra indicando outro. Essas diferenças de indicações acontecem por “[...] diferenças de magnitude e momento de ocorrência dos fluxos de caixa” (Gitman, 2010, p. 375), pois as taxas de reajuste que cada fórmula utiliza são diferentes, a VPL utiliza a taxa de custo de capital, enquanto a TIR reajusta os valores com a própria TIR por definição. Essa diferença sutil mostra, em alguns casos, as diferenças de comportamentos de ambas as fórmulas de cada ferramenta, que ficam mais evidentes quando as diferenças dos projetos são em termos de quantidades de entradas futuras e tamanho dos fluxos de caixa previstos.

Já por outro lado, a decisão no momento do conflito das ferramentas pode ser feita se desconsiderando a TIR, pois o VPL utiliza uma taxa de desconto mais conservadora, enquanto a TIR nem sempre será uma taxa realista segundo o mercado, mas essa decisão fica a critério do gestor responsável (GITMAN, 2010).

2.3.5.2. Ferramentas acessórias ou classificatórias

Segundo Souza e Clemente (2008), o Custo Anual Uniforme (CAU) é uma ferramenta que segue o mesmo princípio do VPL, pois considera o valor do dinheiro através do tempo, reajustando-o com a taxa de custo de capital da empresa. Em divergências com o VPL, o CAU trabalha as entradas com uma ideia de distribuição pelo tempo, oposta na ideia de acúmulo no momento presente, do VPL. A distribuição temporal dessa ferramenta, segundo Hummel e Pilão (2003), pode haver a consideração de período de qualquer duração, a condição é apenas uma periodicidade uniforme. Torres (2004, p. 26) afirma que essa ferramenta uniformiza todos os fluxos de caixa previstos, por todo o tempo de execução do projeto, independentemente de como a projeção no planejamento tenha sido, para então os gestores poderem utilizá-la como ferramenta de medida de retorno de um projeto.

O resultado dos cálculos realizados no CAU mostra um projeto atrativo quando a série uniforme encontrada tem valores positivos ou nulo, significando que as entradas futuras cobrem o investimento mesmo quando descontadas a taxa de atratividade. Caso seja uma série de pagamentos (negativa) e não de recebimentos (positiva), então rejeita-se o projeto por não cobrir os investimentos realizados (TORRES, 2004).

Em um momento específico de análise, no caso a análise com a troca de equipamento utilizado, Torres (2004) diz que todos os resultados dessa ferramenta serão negativos, o que faz o critério de seleção ser a série mais próxima a zero.

Ainda seguindo a operação de movimentação de valores pelo tempo que a VPL realiza, além do CAU, o Índice de Lucratividade (IL) também trabalha com esse conceito para análise de comparação de projetos (GITMAN, 2010). Por essa condição, Costa, *et al* (2015) consideram essa ferramenta confiável para análises. Jaffe, *et al* (2015, p. 154) descrevem a operação matemática como sendo o quociente entre o somatório das entradas posteriores ao investimento e o próprio investimento:

Figura 9 - Fórmula do IL

$$IL = \frac{\text{VP dos fluxos de caixa subsequentes ao investimento inicial}}{\text{Investimento inicial}}$$

Fonte: JAFFE *ET AL* (2015, p. 154)

Ainda segundo Jaffe *et al* (2015), existem três cenários para se considerar os resultados do IL, sendo eles em projetos independentes, projetos mutuamente excludentes ou em racionamento de capital. Em projetos independentes, o valor do IL precisa ser maior que um para ser aceito, pois indica um VPL positivo. Em projetos mutuamente excludentes pode haver o conflito de indicações, um projeto com o maior VPL e o outro com o maior IL, nesses casos é realizada uma análise incremental e, após os novos cálculos, é escolhido o projeto de maior investimento se houver VPL positivo e IL maior que um, ou o de menor investimento se o VPL for negativo e o IL menor que um. Para a situação de racionamento de capital, os projetos devem se encaixar conjuntamente em um orçamento limitado, e o racionamento de capital não será considerado se ocorrer depois do início dos projetos pelo IL, e a análise desse tipo de situação se dá com a ordenação do quociente de cada projeto, para poder visualizar melhor quais valorizam mais o capital investido (JAFFE *ET AL* (2015)).

Um ponto imprescindível para qualquer ferramenta financeira é a consideração nos métodos dos cálculos da diferenciação do valor do dinheiro pelo tempo. As ferramentas que não consideram esse aspecto da moeda são de cálculo mais simples, mas têm sua importância para a tomada de decisão sobre um projeto. A primeira que será tratada aqui é o *payback*, que possui duas versões, a simples que não considera o valor do dinheiro no tempo, e a descontado que faz essa consideração (GITMAN, 2010). Esta ferramenta em sua essência, segundo Gitman (2010) mostra o tempo necessário para se ter o retorno do investimento inicial realizado em algum projeto. Não considerar a variação monetária no tempo, torna o modelo de *payback* simples uma ferramenta não muito completa por essa falta, mas o segundo modelo dessa ferramenta, o *payback* descontado, faz o desconto de todas as previsões de entradas ao momento presente, utilizando a taxa de custo de capital da empresa, o que o torna então uma ferramenta mais interessante para análises financeiras.

Os prazos de ambos os modelos de *payback* são obtidos pela aplicação das fórmulas:

Figura 10 - Fórmulas do *Payback*

$$\text{Payback Simples} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Fluxo de caixa depois do imposto de renda}}$$
$$\text{Payback Descontado} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Valor Presente Líquido}}$$

A aceitação do projeto, com a avaliação dessa ferramenta, se dá apenas comparando o tempo de retorno calculado do investimento com o tempo de retorno determinado como aceitável pelos gestores. Saber em quanto tempo se obterá novamente o dinheiro investido é uma forma de se embasar para decidir sobre o início de algum investimento (GITMAN, 2010).

Outra forma igualmente importante é saber o retorno médio do investimento por período. A ferramenta utilizada para esse parâmetro é a Taxa Média de Retorno (TMR). Costa *et al* (2015) afirmam que essa técnica consiste em comparar os lucros periódicos com o valor médio dos investimentos realizados na seguinte fórmula:

Figura 11 - Fórmula da TMR

$$TMR = \frac{\text{Média dos lucros líquidos anuais futuros}}{\text{Metade do investimento inicial}}$$

Fonte: COSTA *ET AL* (2015, p. 81)

Apesar de a TMR ser uma técnica simples de uso e interpretação, Costa, *et al* (2015) a consideram defasada por não considerar a alteração de valor do dinheiro no tempo. Groppelli e Nikbakht (2002) complementam que a aplicação dessa técnica implica em outros problemas como a desconsideração da depreciação, como uma entrada de dinheiro, a não cotação do valor residual dos equipamentos (quando trazido ao momento presente) e por último a desconsideração da cronologia das entradas de lucro periódicas.

Outra ferramenta que faz parte do conjunto de análises financeiras, que não considera a variação do valor da moeda no tempo é a Taxa de Retorno Contábil (TRC). Copeland *et al* (1988) determinam que o cálculo dessa ferramenta se dá com a divisão do lucro médio após o pagamento dos impostos dos períodos, pelo investimento inicial:

Figura 12 - Fórmula da TRC

$$TCR = \frac{\text{Lucro médio}}{\text{Investimento inicial}}$$

Fonte: SOUZA (2014, p. 154)

Souza (2014) aponta que essa ferramenta pode ser usada como representativa da ferramenta de “*Return on Investment*” ou Retorno Sobre o Investimento (ROI), o que acaba sendo, junto com utilização do lucro contábil, e não do econômico, outro motivo de desuso dessa ferramenta. Copeland *et al.* (1988) salientam que, para analisar um potencial projeto de investimento com a TRC é bem simples, contudo, após a realização dos cálculos para determinação da média do lucro anual sem descontá-los no tempo, e então dividido pelo investimento total, compara-se o resultado com a Taxa de Retorno Médio que a empresa utiliza como referência ou que tenha estabelecido para seus negócios.

2.3.6. Risco em orçamento de capital

Iniciar investimentos de qualquer natureza requer a análise de muitas coisas, seja o retorno financeiro, os custos, ou mesmo os riscos. Não há qualquer atividade de aplicação financeira que não tenha risco, toda atividade tem sua probabilidade de não resultar no que esperamos (SECURATO, 1993). Para iniciar a discussão sobre riscos, vamos primeiro definir o conceito dessa palavra.

Iniciando as definições com Gitman (2010, p. 203), “risco é a probabilidade de perda financeira, ou em outras palavras, a variabilidade dos retornos associados a um dado ativo”. Para Silva (2016, p. 7), “risco é a instabilidade dos possíveis retornos de um projeto”. Securato (1993) define como sendo um possível erro que pode atrapalhar o curso predefinido de um planejamento. Para, Weston e Brigham (2000, p. 1030) o “risco é a probabilidade de ocorrer um evento desfavorável ao projeto”. Ross *et al* (2002, p. 776), definem risco como “aquela parcela de retorno inesperado, resultado de surpresas, boas ou ruins”, sendo então o verdadeiro risco do investimento, pois se recebêssemos o que foi planejado anteriormente, não haveria risco ou incerteza.

Todavia, todas as definições acima apontam o risco como um evento fora do controle, que venha a causar, para a maioria, perdas, mas para outros, simplesmente alterações nos resultados dos eventos que foram previamente planejados para um projeto (BERTOZZI, 2016). Eventos associados a qualquer projeto são muito variados, o que implica então em uma amplitude de tipos de riscos. Em relação a projetos empresariais, há uma lista de riscos mais considerados no momento do planejamento (THOMPSON *ET AL*, 2008). Gitman (2010) os classifica principalmente em três grupos, os riscos específicos da empresa e os riscos específicos do acionista e os riscos de ambos.

Os riscos específicos da empresa se dividem em dois subgrupos, os riscos operacionais e os riscos financeiros. Os riscos operacionais dizem respeito à possibilidade da empresa não ser capaz de cumprir com seus custos de operação. Já os riscos financeiros são sobre a empresa não ser capaz de cumprir com suas obrigações financeiras. Já os riscos específicos dos acionistas se subdividem em três, o risco da taxa de juros, de liquidez e de mercado. O risco da taxa de juros é sobre o risco de a exigência de retorno do projeto se tornar maior do que o planejado, podendo até tornar o projeto inviável. O risco de liquidez diz sobre o projeto tornar-se menos liquidável, ou exigir-se maior esforço ou menos retorno para transformar os esforços financeiros em caixa novamente. O risco de mercado é relacionado a todos os eventos que podem ocorrer que abalem o mercado de forma geral, ou um setor, reduzindo a atratividade e o retorno de um projeto independente dos eventos internos ou do investimento realizado (GITMAN, 2010).

Nessa mesma faixa de raciocínio, é também englobado o terceiro grupo de riscos, os riscos de ambos, a empresa e o acionista, possui 4 subgrupos de riscos, sendo eles: o risco de evento, o risco de alteração no poder aquisitivo, o risco tributário e o risco de câmbio. O risco de evento é o risco de que se ocorra algo importante, que altere o curso das ações do projeto, ou cause consequências grandes aos eventos planejados. O risco de alteração do poder aquisitivo é o risco de a inflação ou deflação causarem uma mudança significativa nos preços de mercado. O risco tributário se trata da chance de ocorrer uma alteração significativa na legislação tributária que impacte diretamente nas projeções planejadas. E finalmente, o risco de câmbio é a chance de a flutuação de valor entre duas ou mais moedas impactar significativamente na receita de um projeto (GITMAN, 2010).

Avaliar os riscos como aceitáveis sempre é uma tarefa subjetiva, o que levou também a classificações de modelos de investidores. Gitman (2010) classifica principalmente em três categorias: o investidor avesso ao risco, que demanda maior retorno dado um aumento no risco; um investidor indiferente ao risco, que não exige um aumento no retorno dado algum

aumento no risco; e o propenso ao risco, que aceita alguma queda no retorno ainda dado um risco maior.

É notório ainda que a avaliação de qualquer projeto precisa de passar por todos esses pontos. Observar a quais riscos, e quão significativos são para um projeto é necessário para abranger o máximo de cenários possíveis antes de sua execução. Após esses estudos, é avaliado então o perfil de investidor dos acionistas, para determinar se o grau de variação percebido do projeto será aceito ou não a fim de oferecer o que melhor se encaixa nas demandas de investimento realizadas.

3. METODOLOGIA

O presente estudo tem como objetivo analisar a viabilidade financeira para possível implantação do projeto boate Kanara Club no município de São João Evangelista.

A pesquisa é fundamentada em dados de fontes primárias devido à coleta de dados para a realização do projeto e, possui natureza em pesquisa aplicada com caráter de estudo exploratório sendo caracteriza como descritiva quantitativa. Descritiva, pois tem como objetivo principal descrever as características de determinado fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis (GIL, 1995). É quantitativa uma vez que o pesquisador possui hipóteses claramente específicas e variáveis operacionalmente definidas além, de preocupação com a medição objetiva, precisa e quantificada dos resultados evitando assim distorções na análise e interpretação, garantindo uma margem de segurança em relação as inferências obtidas (GODOY, 1995).

Para a realização desse trabalho, utilizou-se a pesquisa de preço dos produtos ao qual seriam utilizados na boate e, que é a mesma necessitaria para o seu funcionamento, de forma presencial na cidade de São João Evangelista, Guanhães, e Governador Valadares. Foi indagado aos fornecedores quesitos como preços, quantidade, pagamento e entrega. Após essa realização, foi realizado um agrupamento de dados e, no Excel foram escolhidos os preços que condiziam com a média dos valores encontrados entre o menor e maior preço dos produtos.

Posteriormente a toda essa análise, foram realizados e calculados os valores reais pelas fórmulas de VPL, TIR, IL, *Payback*, TMR e TRC. Assim sendo os valores foram expostos e discutidos nos resultados e discussões e, por conseguinte foi descrito a conclusão do trabalho.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Sendo uma das etapas mais importantes e necessárias de um projeto, os resultados e discussões analisados aqui serão com base em valores presentes. Com base nos dados disponíveis acima no tópico 2.6 do plano financeiro, e com uso das ferramentas de orçamento de capital - principais e seletivas do tópico 2.4 é possível obter os seguintes resultados:

Tabela 16 - Ferramentas de Orçamento de Capital

ITEM	VALOR
TMA	10%
VP Entradas	167.074,18
VPL	- 89.540,91
TIR	-11,17%
IL	0,65
PAYBACK SIMPLES	4 anos
PAYBACK DESCONTADO	5,05 anos
TMR	-122,18
TCR	-0,26

Fonte: elaborado pela autora, 2022.

A TMA significa taxa mínima de atratividade é o valor em porcentagem que retrata o quanto o investidor deseja alcançar quando investir e almeja receber depois desse valor aplicado no projeto mostrando se o mesmo será rentável ou não. Outro ponto que esta taxa também retrata é o custo de oportunidade, a liquidez e o risco do negócio (GALESNE *ET AL*, 1999). Nessa análise a mesma teve esse valor devido à consideração do risco do projeto, ao custo de oportunidade e a taxa SELIC que hoje está na faixa de 7.75% como mostra dados do COPOM (Comitê de Política Monetária do Banco Central).

O VP Entradas significa os valores presentes das entradas. É por ele que é trago todos os valores positivos de receita dos três anos para o momento zero que é o momento que está o investimento inicial para que assim possa ser calculado o VPL. O valor encontrado foi positivo devido ao cálculo somente de valores positivos que no caso são as receitas.

O VPL que é o valor presente líquida foi obtido através do VP entradas mais o investimento inicial que no caso é negativo mostrando que, o valor das entradas de caixa dos três anos quando voltado ao momento zero não são capazes de pagar o investimento inicial

faltando na verdade R\$89.540,91. Quando o VPL é encontrado em valor negativo, necessariamente o projeto deve ser rejeitado uma vez que, sendo menor que zero a empresa não obterá um retorno maior do que o custo de seu capital mesmo que este considere o fluxo total e o dinheiro no tempo. Vale ressaltar que quando o valor é positivo há também aumento do valor de mercado da empresa e, portanto, a riqueza de seus proprietários e quando o contrário acontece a empresa fica em prejuízo.

Quanto a TIR a taxa interna de retorno que é a preferência nas escolhas dos gestores segundo Gitman (2010) essa foi obtida através de todos os valores desde o investimento inicial aos 3 anos de receitas também resultando assim como o VPL em valores negativos sinalizando mais uma vez que, deve se rejeitar o projeto, pois ela é menor que o custo de capital. Em outras palavras esse valor negativo não pode dar a empresa garantias que irá receber pelo menos o retorno requerido, já que ela não é capaz de trazer dados seguros inerente às previsões de fluxos de caixa (GITMAN, 2010).

O IL índice de lucratividade nessa análise foi calculado usando o VP Entradas dividido pelo investimento inicial resultando em um valor positivo, mas, menor que zero o que significa que quando este é obtido em projetos independentes e cujo VPL é positivo, o índice de lucratividade será maior do que 1 o que remete a aceitação do mesmo e, nesse caso como o VPL foi negativo, o IL foi menor que 1 devendo –se rejeitar o mesmo.

Outro valor que também ajudou a rejeitar o projeto foi que o seu período de *payback* simples que foi de 4 anos ou seja, 48 meses, pois se formos observar de forma criteriosa é fácil identificar que o prazo de investimento é apenas de 3 anos o que remete que é necessário mais tempo que o previsto para a recuperação do valor investido devido a sua desconsideração do dinheiro no tempo calculando somente a quantidade de períodos necessários para recuperar o investimento realizado a partir dos fluxos de caixa. E essa situação fica ainda pior quando analisada no *payback* descontado, pois seu prazo é maior que é de 5,05 anos, ou seja, 60 meses e 6 dias, pois nesse cálculo é considerado o custo do dinheiro no decorrer dos períodos de aceitação do retorno do investimento, ou seja, este custo pode ser representado através da acumulação do valor presente em cada período do projeto fazendo com que o fluxo de caixa seja trago a valor presente.

Ainda na análise das ferramentas de orçamento de capital tem a TMR que é a taxa média de retorno que determina a lucratividade de um projeto, porém, ela não considera o valor do dinheiro no tempo. Seu cálculo é feito partir das somas dos lucros líquidos futuros e dividida pela quantidade de período dividindo-os pelo investimento médio que, resultou em um valor negativo, pois seu valor é menor que a taxa de referência usada. E, por fim, a TRC

que é a taxa média de retorno contábil que também desconsidera o valor no tempo resultando em um resultado negativo já que, em seu cálculo a mesma utiliza o lucro médio dividido pelo investimento inicial dando um valor menor que zero indicando que deve-se rejeitar o projeto já que o valor encontrado é menor que o custo e não é o padrão desejado pela empresa já que esta deseja que o valor seja maior podendo assim alcançar seus objetivos e ter o seu lucro desejado.

Contudo depois de usadas e analisadas todas as ferramentas de orçamento de capital descritas acima, foram possíveis identificar que o projeto não é viável do ponto de vista econômico e financeiro quanto mostra seu plano de negócios sendo, necessário uma reestruturação para o alcance de sua aceitação e sucesso. Vale ressaltar ainda que os cálculos e as fórmulas usadas no programa Microsoft Excel estão disponíveis no apêndice.

5. CONCLUSÃO

O projeto corresponde a um modelo de empreendimento, considerado como atraente uma vez que, na região não existe esse tipo de negócio, ou seja, não existem concorrentes diretos, contudo, faz-se necessários a realização de análises cautelosas e criteriosas, evitando prejuízos. Porém, a análise tem que ir além do plano de negócios, visto que por ele seria considerado viável já que este possuiria uma lucratividade anual de 3,28% que em suma é menor que investir na poupança. Mas depois de usadas as ferramentas de análise de orçamento de capital como a TIR, VPL, IL, TMR, TCR e os Payback simples e descontado, foram constatadas que o projeto em questão não é viável do ponto de vista econômico e financeiro, pois seu retorno e sua lucratividade não serão suficientes para pagar todos os custos, gastos e investimento, causando prejuízos a empresa ou ao investidor que optar por realizar dentro do prazo estipulado que é de 3 anos (GITMAN, 2010).

Por outro lado, o prejuízo e a inviabilidade só se tornariam lucro e viabilidade se o valor das entradas fosse o suficiente para cobrir o investimento inicial e ainda sobrasse uma parte mudando assim o VPL de negativo para positivo e assim todas as taxas que desses valores usariam como referência. Outra chance também seria se sua receita fosse maior e seus gastos, custos e investimentos fossem menores, o que traria assim mais lucro, mais atratividade, menos risco e mais oportunidades (GITMAN, 2010).

Vale ressaltar ainda que outra questão interessante de se retratar se caso esse projeto fosse rentável era de como este iria se posicionar no momento atual em que estamos vivenciando em relação às questões econômico-financeiras da população. Seria possível

alcançar esse lucro e ainda quitar todas as despesas, gastos e custos com o estabelecimento sem considerar a disponibilidade dos possíveis usuários? Segundo especialistas o período de pandemia ocasionou dificuldades financeiras que demandaram tempo para recuperação tanto das empresas quanto das pessoas físicas. Portanto uma pesquisa de disponibilidade para o consumo dos serviços de entretenimento da boate faz-se necessária em especial nesse momento de pandemia, apesar da estabilidade pós vacinação há oscilação no crescimento de caso de infectados.

Por fim, recomenda-se que novos estudos dessa natureza sejam realizados já que existe um número limitado de informações na literatura com foco em planos de negócios e análise de risco e orçamento de capitais para boates. Novas pesquisas contemplando outros modelos, especificações de tipos são importantes a fim de se obter um panorama mais abrangente sobre tal. A partir dessa pesquisa novas visões quanto a importância do fortalecimento das decisões de investimento deve ser baseada nas pesquisas tanto no município da proposta de instalação da boate quanto nas cidades circunvizinhas, no que tange ao consumo do serviço e a frequência com que a população estaria disposta a consumir. Não temos a pretensão de encerrar a discussão apenas com índices financeiros, visto que mesmo apontando para um negócio rentável existem fatores socioeconômicos que podem impactar na realização do retorno do capital, comprometendo o planejamento apresentado.

REFERENCIAS

BARBOSA, K, M. **Avaliação de projetos e investimentos**: planejamento do investimento, orçamento de capital, custo de capital e índices financeiros e econômicos na tomada de decisão. Intellectus, São Paulo, v.1, n.47, p. 126-146, 2018.

BERTOZZI, F. **Risco e retorno na análise de viabilidade financeira de implantação de um setor de esquadrias de alumínio na empresa NB Metalúrgica Ltda.** 2016. Trabalho de Conclusão de Curso.

BOATE, In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7 Graus, 2021. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/boate>. Acesso em: 17/11/2021.

BROOKSON, S. **Como elaborar orçamentos**. São Paulo. Publifolha, 2000.

CAMARGO, C. **Análise de Investimentos e Demonstrativos Financeiros**. Curitiba: Ibpex, 2007.

CBO - Classificação Brasileira de Ocupações. Disponível em: Brasil. Ministério do Trabalho e Emprego. (2010). Classificação Brasileira de Ocupações: CBO – 2010(3ª ed.). Brasília: MTE, SPPE. Acesso em: 14/ 02/ 2021.

COPELAND, T.; *et al.* **Financial Theory and Corporate Policy**. Reading, Addison-Wesley, 1988 – cap. 2.

COSTA, E.; *et al.* **Gestão Financeira**. Cuiabá: Universidade Federal do Mato Grosso, 2018.

SILVA JUNIOR, E. M. *et al.* **A Importância do Plano de Negócios como Ferramenta para Estruturação Empresarial**. REVISTA eHUMANITAS, p. 21, 2020.

DISPÊNDIO. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7 Graus, 2021. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/dispendio/>. Acesso em: 29/11/2021.

DOLABELA, F. C. C. **O Segredo de Luísa**: Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. **A Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Plano de negócios seu guia definitivo**: o passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso. Elsevier, 2011.

FARO, C. **Matemática Financeira**. São Paulo, Atlas, 1982.

FERRAMENTA. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2021. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/ferramenta/>. Acesso em: 29/11/2021

_____. In: Conceito de Brasil: Copyright, 2021. Disponível em: <https://conceito.de/ferramenta>. Acesso em: 29/11/2021

GALESNE, A.; *et al.* **Decisões de investimento da empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

Gil, A. C. **1946- Como elaborar projetos de pesquisa/Antônio Carlos Gil**. - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002

GITMAN, L. J. **Princípios da Administração Financeira**. 11°. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, E. **Administração Financeira**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2002

_____. **Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HOJI, M. **Administração financeira: uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

HUMMEL, P. R. V., PILÃO, N. E. **Matemática Financeira e Engenharia Econômica**. São Paulo, Thomson, 2003.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – **Pesquisa panorâmica de São João Evangelista**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/sao-joao-evangelista/panorama>. Acesso em: 14/ 02/ 2021.

JAFFE, J.; *et al.* **Administração Financeira**. Porto Alegre: AMGH, 2015.

JÚNIOR, A. J. P. P. **Plano de negócios: casa noturna em Canoas**. 2010. Monografia (Graduação em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Rio Grande do Sul, p. 63, 2010.

LEMES JUNIOR, A. B.; *et al.* **Administração Financeira: Princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2010.

LUNKES, R. J. **Contabilidade gerencial: um enfoque na tomada de decisão**. Florianópolis: Visual Books, 2007. 256 p.

MANUAL DE NORMATIZAÇÃO PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)./ Autor: comissão de normatização de produção acadêmica, designada pelas Portarias 005, de 28 de fevereiro de 2013 e 030, de 05 de maio de 2014. – 1. ed. – São João Evangelista: IFMG, 2014. 30 p.

MARCOS, L. M.; *et al.* **CASAS NOTURNAS**.2014.

MICRO, SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS; EMPRESAS, E. PEQUENAS. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.

PACHECO, A. O. **Manual do bar**. 5° ed. São Paulo: SENAC, 1996, 239p.

PETERSON, P. P.; FABOZZI, F. J. **Capital Budgeting: Theory and Practice**, Wiley & Sons, New York. Nova York, 2002.

PINDYCK, R. S. **Irreversible investment, capacity choice, and the value of the firm**. American Economic Review, v. 78, n. 5, p. 969-985, 1988.

ROSS, S.; *et al.* **Princípios de Administração Financeira: corporate finance**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 776 p.

SAMOHYL, R. W. **Controle estatístico de processo e ferramentas da qualidade**. In:

CARVALHO, M. M; PALADINI, E. P. (Orgs.) **Gestão da Qualidade: Teoria e casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, v. 5. n. 8. p. 150-165, 2017.

SEBRAE. **E-book Como elaborar Plano de negócios**. Disponível em: <https://eadlms.sebrae.com.br/courses/novo-sebrae/cb17ep/pdf/ebook.pdf> Acesso 17/10/2022.

_____. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília – DF. 2013.

SECURATO, J. R. **Decisões financeiras em condições de risco**. São Paulo: Atlas. 1993. 244p.

SICSÚ, J. O. *et al.* **Sociedade e economia: estratégias de crescimento e desenvolvimento**. 2009.

SOUZA, A. B. **Curso de administração financeira e orçamento: princípios e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2014.

SOUZA, A. **Curso de administração Financeira e Orçamentaria**. São Paulo: Atlas, 2013.

THOMPSON JÚNIOR, A, *et al.* **Administração estratégica**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2011.

TORRES, R. **Matemática financeira e engenharia econômica: a teoria e a prática**. Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Matemática. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.

WELSCH, G. A; *et al* (1988). **Budgeting: profit planning and control** (5a ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

WESTON, J. ; BRIGHAM, E. F. **Fundamentos da administração Financeira**. 10 ed. São Paulo: Editora Makron, 2000. 1030 p.

APENDICE A- Pesquisa de preço

Como descrito na metodologia, à pesquisa de preço foi realizada nas cidades de São João Evangelista, Guanhães, e Governador Valadares. Os valores que se encontram disponíveis abaixo, são valores unitários, não sendo referenciadas em quantidades necessárias. Como se observou que os menores valores se encontram na cidade de Governador Valadares – MG, utilizou-se a mesma como referencia no quesito preço para todo o projeto. Salienta-se ainda que estes valores já estão incluídos os preços de frete e entrega no local ao qual é designado o presente projeto.

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	FORNECEDOR	
	SÃO JOÃO EVANGELISTA R\$	GOVERNADOR VALADARES R\$	FORNECEDOR GUANHÃES R\$
Armário	1.150,00	1.000,00	1080,00
Caixa registradora	575,00	500	540,00
Câmera de segurança	115,00	100	108,00
Computador	1.610,00	1.400,00	1512,00
Decoração do ambiente geral	10.350,00	9.000,00	9720,00
Equipamentos de segurança	287,50	250	270,00
Fogão industrial	460,00	400	432,00
Chapa industrial	1.725,00	1.500,00	1620,00
Freezer	1.725,00	1.500,00	1620,00
Geladeiras	1.495,00	1.300,00	1404,00
Impressora	920,00	800	864,00
Impressora fiscal	230,00	200	216,00
Leitor de código de barras	230,00	200	216,00
Mesas Boate/ Bar	411,70	358	386,64
Mesas e cadeiras de escritório	517,50	450	486,00
Micro-ondas	345,00	300	324,00
Prateleiras	115,00	100	108,00
Radiocomunicador	57,50	50	54,00
Sons e equipamentos sonoros	13.800,00	12.000,00	12960,00
Telefone	115,00	100	108,00

Televisão	920,00	800	864,00
Utensílios de cozinha	1.150,00	1.000,00	1080,00
Vitrine estufa	690,00	600	648,00
<i>Cheddar</i>	17,25	15	16,20
Batata Frita	18,40	16	17,28
Carne de boi Picanha	63,25	55	59,40
Carne de peito de frango	19,55	17	18,36
Carne de peixe filé de merluza	40,25	35	37,80
Carne de porco lombo	21,85	19	20,52
Linguiça calabresa	11,50	10	10,80
<i>Cheddar- 4 queijos</i>	17,25	15	16,20
Cebola	3,45	3	3,24
Óleo	9,20	8	8,64
Sal	2,88	2,5	2,70
Alho	23,00	20	21,60
Pimenta do reino	34,50	30	32,40
Coxinha de carne de frango	172,50	150	162,00
Coxinha de carne de frango com catupiry	3,45	3	3,24
Empada de frango	3,45	3	3,24
Empada de queijo	3,45	3	3,24
Espetinho de carne bovina	4,60	4	4,32
Espetinho de carne de frango	4,60	4	4,32
Espetinho de carne de linguiça	4,60	4	4,32
Espetinho de medalhão	4,60	4	4,32
Pastel de carne bovina	3,45	3	3,24
Pastel de carne de frango	3,45	3	3,24
Pastel de queijo	3,45	3	3,24
Óleo para fritura e assar espetinhos	9,20	8	8,64
Folhas de hortelã	3,45	3	3,24
Abacaxi	4,60	4	4,32
Sal	2,88	2,5	2,70

Limão	2,30	2	2,16
Maça	5,75	5	5,40
Morango	5,75	5	5,40
Melão	5,75	5	5,40
Menta	3,45	3	3,24
Laranja	4,60	4	4,32
Açúcar	17,25	15	16,20
Cobertura de chocolate	9,20	8	8,64
Cobertura de leite condensado	9,20	8	8,64
Cobertura de limão	9,20	8	8,64
Cobertura de menta	9,20	8	8,64
Cobertura de morango	9,20	8	8,64
Corante azul	2,30	2	2,16
Gelo	11,50	10	10,80
Leite condensado	5,75	5	5,40
<i>Absinto</i>	51,75	45	48,60
<i>Absolut vodka</i>	57,50	50	54,00
Amarula	28,75	25	27,00
Aperol	18,40	16	17,28
<i>Askov</i>	9,20	8	8,64
<i>Bacardi Gold</i>	23,00	20	21,60
<i>Ballantine's</i>	57,50	50	54,00
<i>Bigloff</i>	20,70	18	19,44
<i>Black Label</i>	80,50	70	75,60
Cachaça	11,50	10	10,80
Campari	34,50	30	32,40
Catuaba	8,05	7	7,56
Cerveja Antártica	2,88	2,5	2,70
Cerveja <i>Brahma</i>	2,88	2,5	2,70
Cerveja <i>Budwiser</i>	3,45	3	3,24
Cerveja Corona Extra	4,60	4	4,32
Cerveja Devasa	2,88	2,5	2,70
Cerveja <i>Heineken</i>	4,60	4	4,32

Cerveja Itaipava	2,88	2,5	2,70
Cerveja Kaiser	2,88	2,5	2,70
Cerveja Skol	2,88	2,5	2,70
Cerveja Skol Beats	4,60	4	4,32
Champanhe Brut Rose	28,75	25	27,00
Chandon	80,50	70	75,60
Chivas Regal	57,50	50	54,00
Ciroc	86,25	75	81,00
Cointreau	17,25	15	16,20
Conhaque Dreher	5,75	5	5,40
Conhaque Presidente	5,75	5	5,40
Gin	57,50	50	54,00
Gold Label	57,50	50	54,00
Green Label	57,50	50	54,00
Jack Daniel'S	57,50	50	54,00
Jim Bem Black	57,50	50	54,00
Jose Cuervo Especial	57,50	50	54,00
Jose Cuervo Tradicional	57,50	50	54,00
Ketel One	57,50	50	54,00
Leonoff	11,50	10	10,80
Martini	28,75	25	27,00
Montila	17,25	15	16,20
Orloff	23,00	20	21,60
Platinum Label	57,50	50	54,00
Red Label	57,50	50	54,00
Rum Bacardi Carta Branca	51,75	45	48,60
Sagatiba Pura	28,75	25	27,00
Sky	28,75	25	27,00
Smirnoff	11,50	10	10,80
Tequileiro	28,75	25	27,00
Vermouth	28,75	25	27,00
Vinho Seco	14,95	13	14,04
Vinho Suave	13,80	12	12,96

Licor De Laranja	9,20	8	8,64
Copo De <i>Choopp</i>	4,60	4	4,32
<i>White Horse</i>	57,50	50	54,00
Suco de <i>Gramberry</i>	11,50	10	10,80
Refrigerante 2L guaraná	5,75	5	5,40
Refrigerante 2L coca cola	6,90	6	6,48
Refrigerante 2L fanta laranja	5,75	5	5,40
Refrigerante 2L fanta uva	5,75	5	5,40
Refrigerante 2L pepsi	5,75	5	5,40
Refrigerante 2L sprite	5,75	5	5,40
Refrigerante lata guaraná	2,88	2,5	2,70
Refrigerante coca cola	2,88	2,5	2,70
Refrigerante fanta laranja	2,88	2,5	2,70
Refrigerante fanta uva	2,88	2,5	2,70
Refrigerante pepsi	2,88	2,5	2,70
Refrigerante <i>sprite</i>	2,88	2,5	2,70
Energético extra <i>power</i>	2,30	2	2,16
Energético <i>fusion</i>	5,75	5	5,40
Energético <i>monster</i>	5,75	5	5,40
Energético <i>red bull</i>	5,75	5	5,40
Energético 2L extra <i>power</i>	8,05	7	7,56
Energetico 2L <i>fusion</i>	8,05	7	7,56
Energetico 2L <i>mormai</i>	8,05	7	7,56
Energetico 2L <i>one</i>	8,05	7	7,56
Água gaseificada	2,30	2	2,16
Água natural	1,73	1,5	1,62
Energético TNT	8,05	7	7,56
TOTAL	41.398,28	35.998,50	38.878,38

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.