

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
GOIANO CAMPUS CAMPOS BELOS  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA CASTELO BURGUER

ASENCLEVER OLIVEIRA DIAS LOPES  
WELLBERTY GONÇALVES DOS SANTOS

CAMPOS BELOS-GO

2023

ASENCLEVER OLIVEIRA DIAS LOPES  
WELLBERTY GONÇALVES DOS SANTOS

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA CASTELO BURGUER

Trabalho de conclusão de curso apresentado aos membros avaliadores do curso de Bacharelado em Administração como requisito parcial para a obtenção de título de Bacharel.

**Orientador:** Me. Antônio Cláudio Ferreira.

CAMPOS BELOS-GO

2023

Sistema desenvolvido pelo ICMC/USP  
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
**Sistema Integrado de Bibliotecas - Instituto Federal Goiano**

L864p      Lopes; Santos, Asenclever Oliveira Dias; Wellberty  
Gonçalves dos  
            Plano de Negócio da Empresa Castelo Burger /  
Asenclever Oliveira Dias; Wellberty Gonçalves dos  
Lopes; Santos; orientador Antonio Claudio Ferreira. -  
- Campos Belos, 2023.  
            41 p.

TCC (Graduação em Bacharel em Administração) --  
Instituto Federal Goiano, Campus Campos Belos, 2023.

1. Plano de negócio. I. Ferreira, Antonio Claudio,  
orient. II. Título.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

### TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610/98, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, a disponibilizar gratuitamente o documento no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, em formato digital para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

#### Identificação da Produção Técnico-Científica

Tese  Artigo Científico  
 Dissertação  Capítulo de Livro  
 Monografia - Especialização  Livro  
 XTCC - Graduação  Trabalho Apresentado em  
] Evento  
 Produto Técnico e Educacional - Tipo:

Nome Completo do Autor: Asenclever Oliveira Dias Lopes e Wellberty Gonçalves dos Santos  
Matrícula: 2019106202930160 e 2019106202930151  
Título do Trabalho: PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA CASTELO BURGUER

#### Restrições de Acesso ao Documento

Documento confidencial:  Não  Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano:

O documento está sujeito a registro de patente?  Sim  Não

O documento pode vir a ser publicado como livro?  Sim  Não

#### DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O/A referido/a autor/a declara que:

- o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- obteve autorização de quaisquer materiais incluídos no documento do qual não detém os direitos de autor/a, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Ceres, 06 de junho de 2023.

*Assinatura eletrônica do Autor e/ou Detentor dos Direitos Autorais*

Ciente e de acordo:

*Assinatura eletrônica do orientador*

Documento assinado eletronicamente por:

- Wellberty Gonçalves dos Santos, 2019106202930151 - Discente, em 06/06/2023 17:54:36.
- Asenclever Oliveira Dias Lopes, 2019106202930160 - Discente, em 06/06/2023 17:15:12.
- Antonio Claudio Ferreira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 06/06/2023 17:00:19.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 06/06/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 501852

Código de Autenticação: fa9ea65ddc



INSTITUTO FEDERAL GOIANO  
Campus Campos Belos  
Rodovia GO-118 Qd. 1-A Lt. 1 Caixa Postal, 614, Setor Novo Horizonte, CAMPOS BELOS / GO, CEP 73.840-000  
(62) 3451-3386



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Ata nº 4/2023 - LPA-CB/GE-CB/CMPCBE/IFGOIANO

### **ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

Ao 01 dia do mês de junho do ano de 2023, às 19h (dezenove horas), reuniram-se os membros avaliadores em sessão pública presencial, para procederem a avaliação da defesa de Trabalho de Conclusão de Curso, em nível de graduação, sob o título **PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA CASTELO BURGUER** de autoria de **ASENCLEVER OLIVEIRA DIAS LOPES** e **WELLBERTY GONÇALVES DOS SANTOS**, discentes do curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal Goiano - Campus Campos Belos. A sessão foi aberta pelo orientador, Prof.º Me. Antônio Cláudio Ferreira, que fez a apresentação formal dos membros avaliadores. A palavra, a seguir, foi concedida aos discentes para, no tempo de 10 min., procederem à apresentação de seu trabalho. Terminada a apresentação, cada membro avaliador arguiu os examinados. Terminada a fase de arguição, procedeu-se à avaliação da defesa. Tendo-se em vista as normas que regulamentam o Curso de Bacharelado em Administração, e procedidas às correções recomendadas, o Trabalho de Conclusão de Curso foi **APROVADO COM RESSALVA**, considerando-se integralmente cumprido este requisito para Aprovado com Ressalva para fins de obtenção do diploma de graduação em Administração, pelo Instituto Federal Goiano - Campus Campos Belos. Cumpridas as formalidades da pauta, a presidência da mesa encerrou esta sessão de defesa de Trabalho de Conclusão de Curso, e para constar, foi lavrada a presente Ata, que, após lida e achada conforme, será assinada pelos membros avaliadores.

Justificativa e comentários sobre o trabalho (preenchimento obrigatório):

Verificar a formatação e corrigi-la, bem como inserir melhorias no texto quanto a teoria, sugeridas pelos membros avaliadores.

Trabalho aprovado com ressalvas.

Assinado eletronicamente via SUAP

Prof.º Antônio Cláudio Ferreira

Assinado eletronicamente via SUAP

Prof.ª Ma. Luciene de Sousa Conceição de Moura Pinto

Assinado eletronicamente via SUAP

Profª Drª Sara Gonçalves Rabelo

Assinado eletronicamente via SUAP

Asenclever Oliveira Dias Lopes

Assinado eletronicamente via SUAP

Wellberty Gonçalves dos Santos

Documento assinado eletronicamente por:

- Asenclever Oliveira Dias Lopes, 2019106202930160 - Discente, em 06/06/2023 11:43:22.
- Sara Gonçalves Rabelo, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 06/06/2023 11:12:58.
- Wellberty Gonçalves dos Santos, 2019106202930151 - Discente, em 06/06/2023 10:16:18.
- Luciene de Sousa Conceicao de Moura Pinto, COORDENADOR(A) DE CURSO - FUC0001 - CCBA-CBE, em 06/06/2023 10:09:18.
- Antonio Claudio Ferreira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 06/06/2023 09:54:27.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 06/06/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 501580  
Código de Autenticação: b704201b91



INSTITUTO FEDERAL GOIANO  
Campus Campos Belos  
Rodovia GO-118 Qd. 1-A Lt. 1 Caixa Postal, 614, Setor Novo Horizonte, CAMPOS BELOS / GO, CEP 73.840-000  
(62) 3451-3386

## Sumário

1. Sumário executivo .....	10
1.1. <i>Descrições do projeto</i> .....	10
1.2 <i>Dados dos empreendedores, perfis e atribuições</i> .....	11
2. Apresentação da empresa .....	11
2.1. <i>Missão, Visão e Valores</i> .....	12
2.2. <i>Dados do empreendimento</i> .....	12
2.3. <i>Setor de atividades</i> .....	12
2.4. <i>Forma jurídica</i> .....	13
2.5. <i>Enquadramento tributário</i> .....	13
2.6. <i>Capital social</i> .....	13
3. Plano de marketing .....	14
3.1. <i>Descrição dos principais produtos</i> .....	14
3.2. <i>Estudo dos clientes</i> .....	15
3.3. <i>Estudo dos concorrentes</i> .....	16
3.4. <i>Estudo dos fornecedores</i> .....	16
3.5. <i>Estratégias promocionais</i> .....	17
3.6. <i>Estrutura de comercialização</i> .....	17
4. Plano operacional.....	18
4.1. <i>Localização do negócio</i> .....	19
4.2. <i>Layout/arranjo físico</i> .....	19
4.3. <i>Capacidade produtiva e/ou comercial</i> .....	20
4.4. <i>Processo de produção e/ou comercialização</i> .....	21
4.5. <i>Necessidade de pessoal</i> .....	21
4.6. <i>Responsabilidade socioambiental</i> .....	22
5. Plano financeiro .....	23

<b>5.1. Estimativa do investimento total</b> .....	<b>23</b>
5.1.1. Estimativa dos investimentos fixos .....	23
5.1.2. Estimativa dos investimentos financeiros.....	24
5.1.3. Estimativa dos investimentos pré-operacionais.....	25
5.1.4. Estimativa do investimento total (resumo).....	25
<b>5.2. Estimativa do faturamento mensal da empresa</b> .....	<b>26</b>
<b>5.3. Estimativa do custo com materiais e/ou insumos</b> .....	<b>27</b>
<b>5.4. Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas</b> .....	<b>29</b>
<b>5.5. Estimativa dos custos de comercialização</b> .....	<b>30</b>
<b>5.6. Estimativa dos custos com mão de obra</b> .....	<b>30</b>
<b>5.7. Estimativa dos custos com depreciação</b> .....	<b>31</b>
<b>5.8. Estimativa dos custos fixos mensais</b> .....	<b>32</b>
<b>5.9. Demonstrativo de resultados</b> .....	<b>33</b>
<b>5.10. Indicadores de viabilidade</b> .....	<b>33</b>
5.10.1. Análise econômico-financeira .....	34
5.10.1.1. Tempo de retorno do investimento .....	35
5.10.1.2. Ponto de equilíbrio.....	36
5.10.1.3. Valor presente líquido.....	37
5.10.1.4. Taxa interna de retorno (TIR).....	38
5.10.1.5. Índice de lucratividade.....	39
5.10.1.6. Análise de sensibilidade .....	40
<b>6. Avaliação estratégica</b> .....	<b>41</b>
<b>6.1. Matriz SWOT</b> .....	<b>41</b>
<b>6.2. Parecer avaliativo</b> .....	<b>42</b>
<b>7. Documentação de apoio</b> .....	<b>43</b>
<b>8. Referências bibliográficas</b> .....	<b>45</b>

## 1. Sumário executivo

A Castelo Burger é uma empresa que prestará serviços no ramo alimentício oferecendo ao público uma experiência gastronômica diferenciada. O público alvo é a população do município de Campos Belos-GO, mas pode se estender à população da região e a qualquer pessoa que busque um produto alimentício artesanal.

A localização da empresa será no Centro Olímpico Adelino José dos Santos, QD 01 lote 01, sala da lanchonete, em Campos Belos, Goiás. O local foi escolhido devido ao grande fluxo de pessoas que passam em frente ao estabelecimento para a prática de esportes e lazer, e também pela localização, tendo em vista que está no centro da cidade, além de ser um local com boa infraestrutura. Observando-se ainda que não há custo com aluguel, uma vez que o espaço é de propriedade da prefeitura e é cedido para que possa ser explorado comercialmente no intuito de geração de empregos.

O montante inicial investido pelos sócios será de R\$ 80.000,00 e espera-se faturar mensalmente R\$ 39.660,00 no primeiro ano e no final desse mesmo período ter o faturamento de R\$ 475.920,00. O tempo estimado para que se obtenha o retorno de capital investido é de 12 meses.

### 1.1. Descrições do projeto

Os negócios baseados em alimentação estão em alta, sendo assim uma empresa de alimentação tipo *fast food* tem alto potencial, principalmente pelo fato do município de Campos Belos ser o polo comercial da região. O ramo de hamburgueria oferece uma alimentação versátil, rápida e saborosa que conquista pessoas no mundo todo.

A lanchonete contará com atendimento presencial, retiradas e entregas. Com essa diversificação espera-se atingir um maior número de consumidores.

Os consumidores das classes B, C e D, que têm renda de até dez salários mínimos serão o foco da empresa, por apresentarem um perfil mais propenso a frequentar *fast food*.

O local de implantação da lanchonete foi cedido pela prefeitura, com um contrato de utilização sem custo de aluguel. Os responsáveis pela empresa tem que manter o local em boas condições e arcar com os custos de água e energia. Essa facilidade de operacionalização sem ônus de aluguel facilita a viabilidade do projeto. O local tem um estacionamento amplo e banheiros privativos. Há ainda um parquinho infantil em frente à lanchonete, o que atrai muitas crianças e seus responsáveis ao local.

Por se tratar de um centro olímpico, há quadras esportivas de areia e quadra coberta, o que atrai vários desportistas e usuários ocasionais ao local. Há ainda a realização de torneios e encontros religiosos no local. Essa característica, de ser um local multifunção, contribui para a viabilidade do projeto, pois proporciona alto fluxo de pessoas em vários momentos.

## **1.2 Dados dos empreendedores, perfis e atribuições.**

Asenclever Oliveira Dias Lopes, casado, pai de dois filhos, 49 anos, Administrador, formado em 2023 pelo IF Goiano, possui 25 anos de experiência na área de Informática, com enfoque em suporte técnico e também 20 anos de experiência em administração de pequenos negócios, inclusive no ramo alimentício.

Wellberty Gonçalves dos Santos, casado, pai de quatro filhos, 44 anos, Administrador, formado em 2023 pelo IF Goiano, possui 18 anos de experiência na área de Logística, com enfoque em Prevenção de Perdas e gestão de materiais.

## **2. Apresentação da empresa**

A lanchonete Castelo Burguer será uma empresa do ramo alimentício, trabalhando com *fast food*, e tem como pilares a qualidade diferenciada de seus sanduíches, que, por serem artesanais, permitem diferentes modos de condimentação e produção, gerando percepções diferentes em seus clientes.

A lanchonete Castelo Burguer objetiva proporcionar momentos de prazer com lanches saborosos e serviço de alta qualidade. Como opção de cardápio, serão servidos hambúrgueres, batatas e bebidas. Para conseguir atingir um maior público alvo, em momento futuro, será implantado um cardápio vegano para oferecer opções mais saudáveis aos clientes.

A empresa será uma hamburgueria artesanal com atendimento no local e contará com serviço de entregas. O ambiente será familiar e descontraído.

O horário de funcionamento será de quarta à segunda, das 19h às 23h. Reservaremos as terças para folga de todos e realização de manutenções mais intensas no ambiente da lanchonete.

Figura 1: Logomarca da lanchonete



Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

## 2.1. Missão, Visão e Valores

Missão: Fornecer uma experiência única, através de produtos alimentícios artesanais de qualidade.

Visão: Ser reconhecida como a maior e melhor empresa de produtos alimentícios artesanais do Nordeste Goiano.

Valores: Qualidade; Higiene; Ética; Compromisso e Respeito.

## 2.2. Dados do empreendimento

Nome da empresa: Castelo Burger

CNPJ: 01.001.001.0001-00

Endereço: Centro Olímpico Adelino José dos Santos, QD 01 lote 01, sala da lanchonete.

Cidade: Campos Belos, Goiás, Brasil.

CEP: 73.840.000.

## 2.3. Setor de atividades

A lanchonete Castelo Burger faz parte do setor de indústria e comércio, atuando no ramo alimentício, com foco em produtos alimentícios artesanais. Comercializando também refrigerantes, cervejas e água mineral. Atua também na promoção de momentos de lazer e descontração a seus clientes, promovendo pequenos eventos em suas dependências.

## 2.4. Forma jurídica

Castelo Burguer é uma sociedade limitada composta por dois sócios, pessoas físicas, sendo a responsabilidade limitada ao valor da sua cota, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. A forma jurídica ideal será a Empresa de Pequeno Porte, uma vez que o faturamento esperado está acima de R\$ 360.000,00 anuais, valor limite para Micro Empresas.

## 2.5. Enquadramento tributário

A empresa Castelo Burguer registrará suas atividades como Empresa de Pequeno Porte - EPP, e a tributação que mais se adequa é o simples nacional, que abrange os seguintes tributos e contribuições: IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal.

## 2.6. Capital social

O capital social é formado pelas contribuições de cada sócio para formarem a empresa. Cada sócio da Castelo Burguer contribuirá com o valor de R\$ 40.000,00 para instituírem a empresa, provenientes de capital próprio, o que facilita a viabilidade do negócio, por começar sem dívidas de financiamento.

No quadro abaixo observa-se a relação do valor integralizado por cada sócio e sua representação quantitativa em percentual do total do capital.

Tabela 1: Proprietários

Capital Social		
Proprietários	Participação (%)	Valor
Asenclever Oliveira	50%	R\$ 40.000,00
Wellberty Santos	50%	R\$ 40.000,00
Total de Investimentos		R\$ 80.000,00

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### **3. Plano de *marketing***

O plano de *marketing* se consistirá em produtos promocionais, sejam unitários com desconto ou combos de produtos, toda segunda-feira, e contará com ampla divulgação nas redes sociais *WhatsApp* e *Instagram*.

O *marketing* constitui o principal elo entre o empreendedor e o cliente. É por meio do *marketing* que o cliente recebe o produto/serviço no momento certo, com características e preço adequados. Contudo, o mercado de clientes é finito e mutável. Ele tem um certo tamanho e até pode ser aumentado se você reduzir custos e oferecer preços mais baixos para ampliar o número de clientes potenciais e reais. (CHIAVENATO, 2008, p. 201).

Outro fator de *marketing* muito importante é a otimização do processo de produção, para entregar rapidamente o pedido, seja na mesa, para retirada ou entrega na residência do cliente. A média desejável de entrega na mesa será de 15 minutos e para entrega na casa do cliente, de 40 minutos.

Para compor o diferencial competitivo da empresa, os insumos utilizados na produção dos lanches serão sempre selecionados nos melhores fornecedores e serão sempre frescos para garantir a melhor qualidade do produto final. A condimentação diferenciada também fará com que os clientes tenham diferentes percepções de sabor nos lanches. As utilizações de molhos especiais geram um diferencial competitivo importante, pois aumentam o sabor e cativam os clientes.

O ponto conta com amplo estacionamento e banheiros privativos, e isto formam fatores importantes na estratégia de *marketing*. A lanchonete contará com bom ambiente e atendimento rápido, o que contribui para fidelizar o cliente.

#### **3.1. Descrição dos principais produtos**

Inicialmente a lanchonete contará com um cardápio enxuto, o que facilitará na composição dos estoques e na agilidade de preparo na cozinha, uma vez que, quanto mais produtos se têm no cardápio, mais complexa se torna a preparação dos lanches. A seguir definiremos os principais produtos.

- Hambúrguer artesanal de carne bovina.

O hambúrguer bovino será preparado com uma mistura de carnes para se conseguir o teor correto de gordura para a preparação do hambúrguer. Trata-se de carne fresca, moída

diariamente na quantidade planejada para o consumo do expediente do dia, na qual será temperada, moldada e grelhada na chapa.

- Hambúrguer de frango.

Para o hambúrguer de frango, por uma questão de praticidade, economia e sabor, optou-se por um hambúrguer industrializado de frango. Este vem preparado, temperado, empanado e congelado. Sua preparação será através de fritura por imersão.

- Batata frita.

A batata frita será comprada congelada e sua preparação será por imersão em fritadeira elétrica, que proporciona melhor controle de temperatura.

- Refrigerantes.

Os refrigerantes que a lanchonete comercializará serão da empresa Coca-Cola *Company* e da AMBEV.

- Cervejas.

As cervejas comercializadas serão da empresa Coca-Cola *Company* e da AMBEV.

### **3.2. Estudo dos clientes**

As pessoas estão sempre muito ocupadas e a refeição fora de casa se torna uma opção muito viável. O *fast food* oferece uma alimentação muito diversificada, rápida e com momentos de descontração e lazer. O jornal Estadão informou em agosto de 2022 que comer fora de casa havia subido 4,6%, enquanto a inflação dos alimentos adquiridos para o domicílio subiu 11,8%, o que torna mais atraente a alimentação fora do lar.

O hambúrguer oferece uma alimentação rápida, prática e gostosa, tornando-se assim um dos alimentos mais consumidos no mundo. Os clientes de *fast food*, em especial das hamburguerias, são, em sua maioria, pessoas jovens ou adultos que trabalham, estudam ou residem próximos ao estabelecimento. Então, o público-alvo de hamburgueria compõe-se de pessoas com faixa etária entre 15 a 50 anos, que fazem parte das classes sociais B, C e D que têm renda de até dez salários mínimos.

Essa perspectiva se repete no município de Campos Belos, onde estará sediada a lanchonete. Porém, pelas características do negócio, que, a princípio, funcionará apenas no período noturno, se caracterizará mais como um consumo voltado ao lazer.

### **3.3. Estudo dos concorrentes**

No município de Campos Belos – GO não existem grandes redes de *fast food*, porém há várias opções de bares, lanchonetes, pizzarias, restaurantes, sorveterias e açaiterias, o que torna a concorrência muito competitiva. Então, a Castelo Burger deverá se empenhar ao máximo para oferecer um diferencial competitivo atraente para impor sua presença no mercado.

Dentre os concorrentes com mais destaque está o Sandubão Goiano e o Uh! Hamburgueria. Ambos têm a produção de hambúrguer como sua principal atividade e há o diferencial competitivo de estarem localizados na praça da matriz, ponto altamente estratégico. Porém o Sandubão Goiano tem produtos mais populares e a área de atendimento é rudimentar, já a UH! Hamburgueria tem um espaço de melhor conforto e decoração, porém demora-se muito para o pedido ficar pronto. Ademais, o espaço de atendimento da Castelo Burger é maior, tem o parquinho infantil e o conjunto esportivo do centro olímpico como diferenciais. Estaremos localizados a apenas 300 metros dessas hamburguerias, o que permite concorrer com os mesmos pela proximidade.

### **3.4. Estudo dos fornecedores**

O ramo de hamburgueria necessita de insumos de diversas origens. Os fornecedores necessitam ser confiáveis, quanto à origem e qualidade dos produtos que oferecem. Não se pode produzir um bom produto com insumos de origem duvidosa. Dentre os principais fornecedores da Castelo Burger podemos citar:

- JC Distribuição: sachê de maionese e catchup, guardanapo, molho, toucas descartáveis e sal rosa do Himalaia.
- BRF Sadia e Perdigão: margarina, batata, bacon e hambúrguer de frango.
- Supermercado Compre Bem: carne bovina moída, refrigerantes, cerveja, tomate, cebola e óleo de soja.
- Supermercado Goiás: queijo, refrigerantes, sucos e água mineral.
- DDD Embalagens: sacolinhas, canudos, embalagens descartáveis e hamburgueiras de isopor.
- Art Pães: pães de hambúrguer.

### **3.5. Estratégias promocionais**

A estratégia promocional tem o objetivo de promover uma marca ou produto, e, com isso, aumentar as vendas, fortalecer a marca e aumentar o número de clientes.

Dentre as principais estratégias de *marketing* que temos disponíveis podemos citar a oferta de cupons de desconto para a primeira compra. Esses cupons podem ser enviados com um código promocional via digital e validados pela empresa via sistema. Podemos ainda criar kits promocionais em forma de combos de produtos, que podem ser ofertados nos dias com menor faturamento. Faremos ainda a promoção do frete grátis para pedidos acima de determinado valor, o que torna mais atraente para o cliente pedir um pouco mais e economizar na taxa de entrega.

A Castelo Burger oferecerá, além de um ambiente agradável, um atendimento muito rápido. Contando ainda com opções de molhos especiais que transformarão os lanches em verdadeiras experiências gastronômicas. Esse diferencial, aliado ao atendimento rápido e personalizado, efetuado pelo gerente de atendimento, comporão o diferencial competitivo da Castelo Burger. Para efetivar as estratégias promocionais utilizaremos as redes sociais *Instagram* e *Whatsapp*.

### **3.6. Estrutura de comercialização**

A Castelo Burger contará com múltipla forma de comercialização, o que melhora a estratégia de *marketing* e aumenta o faturamento. Dentre essas formas podemos citar:

Atendimento presencial; retira na porta (*take out*) e entrega (*delivery*).

O atendimento presencial será feito no espaço coberto da lanchonete que conta com 100,80 m<sup>2</sup> de espaço, tornando-se suficiente para que sejam montadas todas as dez mesas e acolha 40 clientes simultaneamente.

A entrega será feita por entregador terceirizado. O cliente pagará a taxa de entrega juntamente com o pagamento de seu pedido e esta taxa será repassada ao responsável pelas entregas diariamente.

A retirada na porta se dará com o cliente realizando o pedido através dos canais oferecidos para atendimento e sendo avisado para vir buscar quando estiver pronto.

## 4. Plano operacional

Um bom plano operacional define o sucesso do negócio e o mesmo define o sucesso do empreendimento.

O início das atividades comerciais será às 19 horas, porém o gerente de produção fará a lista de compras no final do expediente anterior. Na manhã seguinte o gerente de produção fará a compra necessária para a produção do dia corrente. O veículo utilizado nessa operação será de propriedade do gerente de produção, uma vez que as quantidades de produtos e insumos de compra diária são pequenas, e ainda não há a necessidade da empresa adquirir um veículo somente para essa finalidade. O custo que ficará a cargo da empresa será apenas com combustível.

Pela manhã, o gerente de atendimento também fará uma inspeção na lanchonete, procurando identificar possíveis problemas estruturais ou produtivos a serem corrigidos, bem como cuidará da manutenção, limpeza e organização necessárias, e que não pode ser efetuada no encerramento do expediente anterior.

Após a reposição do estoque e a manutenção/limpeza do local estar concluídas, os dois gerentes (atendimento e produção) farão as preparações da área de produção para que se possa iniciar o expediente noturno com os insumos previamente preparados. Dentre essas preparações prévias, podemos citar:

- Higienização da salada utilizada na preparação dos hambúrgueres.
- Fatiar e acondicionar na geladeira o queijo.
- Organizar os objetos de serviço de mesa, como guardanapos e sachês.
- Temperar e acondicionar a carne no freezer.

Após essas preparações prévias, o próximo passo começa uma hora antes do início das atividades às 18 horas. É nesse momento que chegam todos os colaboradores para o início das atividades.

O gerente de produção, juntamente com o chapeiro, começam os preparativos de produção como: aquecer a chapa, aquecer a fritadeira, preparar as embalagens para entrega, moldagem dos hambúrgueres bovinos, e organização geral da cozinha. O gerente de produção faz a vistoria no ambiente interno para verificar se algo está em desconformidade com as normas de segurança e higiene.

O gerente de atendimento, juntamente com o operador de caixa, começa a fazer a montagem das mesas e demais objetos necessários para o início do expediente. O gerente de

atendimento faz a vistoria no ambiente externo para verificar se algo está em desconformidade com as normas de segurança e higiene.

Começa o expediente e todos ocupam suas posições exercendo suas atribuições, porém se uma área estiver sobrecarregada, outro colaborador ou gerente que estiver ocioso pode auxiliar nas atividades da área comprometida.

O gerente de atendimento fará a abordagem dos clientes nas mesas e anotará os pedidos, enviando para a cozinha. Este estará encarregado de prestar informações sobre os produtos ofertados no cardápio aos clientes.

Ao final do expediente, após a saída do último pedido e do último cliente, inicia-se o processo de encerramento do expediente, que começa com a equipe de produção acondicionando os insumos não utilizados na geladeira e freezer. Inicia-se o processo de limpeza da cozinha. Paralelamente a este processo, a equipe de atendimento faz o desmonte das mesas e o acondicionamento das mesmas no depósito.

Após essa etapa, inicia-se o processo de limpeza do ambiente, que será definido assim:

- Partes internas do estabelecimento – executada pelo gerente de produção e chapeiro.
- Salão e partes externas do estabelecimento – executada pelo operador de caixa.
- Banheiros – executada pelo gerente de atendimento.

O gerente de produção será responsável pela lista de compras do dia seguinte, após analisar os níveis de estoque e fazer a projeção da produção para o próximo dia.

#### **4.1. Localização do negócio**

Endereço: Centro Olímpico Adelino José dos Santos, QD 01 lote 01, sala da lanchonete.  
Cidade: Campos Belos, Goiás, Brasil.

CEP: 73.840.000.

#### **4.2. Layout/arranjo físico**

O espaço físico da lanchonete do centro olímpico que será ocupado pela Castelo Burger é ideal para o desenvolvimento das atividades, uma vez que tanto o espaço interno, composto da cozinha e depósito, quanto o espaço externo que será a área de atendimento à mesas, tem um espaço adequado às necessidades produtivas e de atendimento.

- Ambiente da cozinha: 3 metros de largura e 6 metros de comprimento, totalizando 18 m<sup>2</sup>.
- Ambiente do estoque: 3 metros de largura e 6 metros de comprimento totalizando 18 m<sup>2</sup>.

- Ambiente do atendimento: 6,3 metros de largura e 16 metros de comprimento, totalizando 100,80 m<sup>2</sup>.

Na área de atendimento contaremos com dez jogos de mesas com quatro cadeiras, possibilitando 40 clientes serem atendidos simultaneamente.

### 4.3. Capacidade produtiva e/ou comercial

A capacidade produtiva da lanchonete, inicialmente, estará num patamar mediano, levando em conta a quantidade de colaboradores e a capacidade produtiva inicial. Segundo estimativas dos gerentes, o volume médio estimado de vendas mensais para cada linha de produto são os listados na tabela seguinte.

Tabela 2: Produtos comercializados

Previsão de Vendas Mensais			
Hamburguer de carne	Quantidade	Valor Unitário	Total
Hamburguer Salada	1300	R\$ 15,00	R\$ 19.500,00
Subtotal			R\$ 19.500,00
Hamburguer de frango	Quantidade	Valor Unitário	Total
Hamburguer Crispy	700	R\$ 15,00	R\$ 10.500,00
Subtotal			R\$ 10.500,00
Batatas Fritas	Quantidade	Valor Unitário	Total
Batatas Fritas (500g)	100	R\$ 18,00	R\$ 1.800,00
Subtotal			R\$ 1.800,00
Bebidas em Geral	Quantidade	Valor Unitário	Total
Água mineral 500 ml	120	R\$ 3,00	R\$ 360,00
Cerveja lata 269 ml	500	R\$ 5,00	R\$ 2.500,00
Refrigerante 1,5 Lt	300	R\$ 10,00	R\$ 3.000,00
Refrigerante lata 310 ml	200	R\$ 5,00	R\$ 1.000,00
Sucos 1 Lt	100	R\$ 10,00	R\$ 1.000,00
Subtotal			R\$ 7.860,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 39.660,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Devemos levar em consideração que esta é uma estimativa inicial, e que à medida que o negócio atinja mais maturidade, serão disponibilizados outros produtos no cardápio, o que contribuirá para o aumento nas vendas mensais.

#### 4.4. Processo de produção e/ou comercialização

Os produtos serão comercializados na loja física, localizada na Rua Major Pacífico de Oliveira, no Centro Olímpico Adelino José dos Santos Filho, tendo uma infraestrutura adequada para receber os clientes, realizar entregas e também retirar no local. Os hambúrgueres artesanais serão montados, com os insumos previamente higienizados e temperados, pouco tempo antes de sua preparação, pois assim mantem o frescor do alimento.

As mercadorias que serão comercializadas, sem produção própria, serão armazenadas nos freezers ou prateleiras do depósito, e serão compostos de um estoque mínimo e de rápida circulação, para evitar-se capital parado em amplo estoque.

#### 4.5. Necessidade de pessoal

Os colaboradores são a parte essencial da empresa, pois fazem com que a mesma produza e tenha geração de renda. Os mesmos serão todos treinados para obterem qualidade e excelência no atendimento e processo de produção. Todos os colaboradores terão que realizar o curso gratuito de **Boas Práticas de Manipulação em Serviços de Alimentação** disponível no site da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e também realizarão cursos de qualidade no atendimento a serem disponibilizados pelos proprietários.

Os dois proprietários serão os gerentes de produção e atendimento e contarão com outros colaboradores para a operação do negócio. A jornada de trabalho será de seis horas corridas iniciando-se sempre às 18 horas e encerrando-se à meia-noite diariamente, com uma folga semanal fixa às terças-feiras.

Tabela 3: Mão de obra

Colaboradores		
Cargo	Descrição	Quantidade
Chapeiro	É responsável pelo tempero, processamento e preparo das carnes e finalização dos lanches.	1
Operador de caixa	É responsável por fazer a abertura e o fechamento de caixa, processar e receber o pagamento dos lanches.	1

Gerente de atendimento	Responsável pelo atendimento aos clientes e sobre uma breve descrição dos produtos oferecidos, reservas e controle de eventos.	1
Gerente de produção	Responsável pela padronização e controle de qualidade dos produtos. Responsável ainda pelo controle de estoque de produtos e insumos e também pela finalização e expedição da cozinha.	1
<b>Total</b>		<b>4</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

#### 4.6. Responsabilidade socioambiental

A gestão e responsabilidade ambientais visam manter a produção sem a degradação do meio ambiente, então a empresa gera lucro com sua produção e também se responsabiliza por devolver para a sociedade e ao meio ambiente parte desse lucro em forma de ações sociais para as pessoas e ações sustentáveis para o meio ambiente.

A responsabilidade socioambiental é a resposta natural das empresas ao novo cliente, o “consumidor verde” e ecologicamente correto. A “empresa verde” passou a ser sinônimo de bons negócios e, no futuro, será a principal forma de empreender negócios de forma duradoura e lucrativa. Em outras palavras, quanto antes as organizações começarem a enxergarem a sustentabilidade como seu principal desafio e como oportunidade competitiva, maior será a chance de que sobrevivam. (TACHIZAWA; ANDRADE, 2009, p. 1).

A empresa contará com um programa de doação de gorduras utilizadas no processo de produção para pessoas que tem produção artesanal de sabão. Essa prática de reutilizar a gordura é adequada para não poluir o meio ambiente e contribuir para a economia das pessoas envolvidas no processo de fabricação artesanal de sabão.

Os vasilhames de refrigerantes serão separados do lixo comum também para doação a pessoas que tenham necessidade de reutilização desses vasilhames ou apenas reciclagem. As latinhas de refrigerante e cerveja serão separadas do lixo comum e vendidas para a reciclagem. Os copos e canudos utilizados na lanchonete serão biodegradáveis, o que acelera sua decomposição, minimizando o impacto causado ao meio ambiente.

## 5. Plano financeiro

O plano financeiro apresenta grande relevância no plano de negócios, pois ele nos dará uma visão da viabilidade do negócio, razão de sua existência. E este faz as projeções necessárias para que o empreendedor e possíveis investidores analisem as possibilidades de sucesso do negócio.

Será abordado no plano financeiro, o investimento inicial, bem como suas destinações. Os investimentos fixos vão arcar com a compra dos equipamentos e materiais necessários para a execução do negócio. O investimento financeiro se ocupará do capital de giro e estoque inicial. E os investimentos pré-operacionais que se ocuparão dos impostos e taxas diversas para a operacionalização do negócio.

### 5.1. Estimativa do investimento total

A estimativa do investimento total contemplará todo o custo necessário para iniciar o negócio de forma que ele seja viável e preveja reservas para contingências. O investimento total será de R\$ 80.000,00 que segundo um levantamento dos empreendedores, será o capital necessário para iniciar o negócio sem precisar recorrer a financiamento de terceiros.

Este capital necessário será totalmente integralizado pelos proprietários através de recursos próprios.

Tabela 4: Investimento total

Capital Social		
Proprietários	Participação (%)	Valor
Asenclever Oliveira	50%	R\$ 40.000,00
Wellberty Santos	50%	R\$ 40.000,00
Total de Investimentos		R\$ 80.000,00

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

#### 5.1.1. Estimativa dos investimentos fixos

Relacionamos abaixo todos os bens a serem comprados e necessários para o bom funcionamento da lanchonete Castelo Burguer.

Tabela 5: Máquinas e Equipamentos

Máquinas e Equipamentos	Quant. (Unid)	Valor Unitário	Total
Botijões de gás	3	R\$ 200,00	R\$ 600,00
Celulares	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Chapa elétrica pequena	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Chapa grande a gás	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Computador	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Fatiador de frios simples	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
Fogão industrial de 4 bocas	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Freezers	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
Fritadeira elétrica	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Geladeira Duplex	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Kir de segurança (alarme e câmeras)	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Liquidificadores	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Microondas	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Televisão de 50 polegadas	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 20.900,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Tabela 6: Móveis e Utensílios

Móveis e utensílios	Quantidade	Valor Unitário	Total
Balcão de caixa e recepção (planejado)	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Bandejas para Garçons	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Bandejas plásticas para servir	40	R\$ 20,00	R\$ 800,00
Bolsa térmica para transporte de lanches	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Cadeira alta do caixa	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Copos de vidro	60	R\$ 5,00	R\$ 300,00
Jarras de vidro	10	R\$ 20,00	R\$ 200,00
Jogo de mesas com cadeiras	10	R\$ 400,00	R\$ 4.000,00
Mesa de apoio para a cozinha	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Porta guardanapos e sachês	10	R\$ 30,00	R\$ 300,00
Prateleiras	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 10.100,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.1.2. Estimativa dos investimentos financeiros

Os investimentos financeiros englobam o capital de giro ou recursos financeiros para operacionalizar a empresa inicialmente, somando também o estoque inicial e uma reserva para contingências que assegurará o caixa da empresa ou um treinamento necessário e outros que se fizerem necessários em momentos de instabilidade do mercado.

Tabela 7: Investimentos financeiros

Investimento Financeiro	
Descrição	Valor
Capital de Giro	R\$ 20.000,00
Estoques	R\$ 5.763,40
Reserva para Contingência	R\$ 16.449,50
<b>Total</b>	<b>R\$ 42.212,90</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.1.3. Estimativa dos investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais são os gastos realizados na estruturação e formalização da empresa para que a mesma comece a operar. Como o local em que a Castelo Burguer irá funcionar já é preparado para o ambiente de lanchonete, não será necessário nenhum gasto com a estrutura do local, ficando apenas os gastos não estruturais definidos na tabela seguinte:

Tabela 8: Investimentos pré-operacionais

Investimento pré-operacional	
Descrição	Valor
Despesas com legislação	R\$ 2.117,10
Marketing	R\$ 1.000,00
Normas regulamentadoras	R\$ 2.350,00
Serviços Contábeis	R\$ 1.320,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 6.787,10</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.1.4. Estimativa do investimento total (resumo)

Do total de investimentos de R\$ 80.000,00, quase metade será destinada a investimentos financeiros, como capital de giro e reservas de contingência, com o principal intuito de garantir a viabilidade do negócio. No início das operações, a empresa tem a dificuldade de captar seus clientes e construir seu mercado, o que se torna um momento muito crítico, por isso é importante contar com essas reservas para garantir a sustentabilidade inicial do empreendimento.

Tabela 9: Investimento total

Descrição	Valor
Estimativa de investimento fixo	R\$ 31.000,00
Estimativa de investimento financeiro	R\$ 42.212,90
Estimativa de investimento pré-operacional	R\$ 6.787,10
<b>Total</b>	<b>R\$ 80.000,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

## 5.2. Estimativa do faturamento mensal da empresa

Na tabela a seguir temos as estimativas de faturamento diário até o faturamento anual, e isso nos permitirá vários cálculos para certificar a viabilidade do negócio.

Tabela 10: Estimativa de faturamento

Ano Contábil	Quantidade	Valor	Total
Diária	30	R\$ 39.660,00	R\$ 1.322,00
Semanal	4	R\$ 39.660,00	R\$ 9.915,00
Quinzenal	2	R\$ 39.660,00	R\$ 19.830,00
Mensal	1	R\$ 39.660,00	R\$ 39.660,00
Trimestral	3	R\$ 39.660,00	R\$ 118.980,00
Semestral	6	R\$ 39.660,00	R\$ 237.960,00
Anual	12	R\$ 39.660,00	R\$ 475.920,00
			<b>R\$ 475.920,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.3. Estimativa do custo com materiais e/ou insumos

Para a produção e comercialização em um mês, a projeção de custos com mercadorias e insumos foram estimadas na tabela seguinte:

Tabela 11: custos com mercadorias e insumos

Custos Variáveis			
Hamburguer de carne	Quantidade Unidade	Valor Unitário	Tota l
Carne moída kg	130	R\$ 25,00	R\$ 3.250,00
Margarina kg	7	R\$ 15,00	R\$ 105,00
Molho kg	26	R\$ 37,00	R\$ 962,00
Pães de Hamburguer unidade	1300	R\$ 0,80	R\$ 1.040,00
Queijo kg	16	R\$ 30,00	R\$ 480,00
Salada (porção para 1 sanduiche)	1300	R\$ 1,00	R\$ 1.300,00
Subtotal			<b>R\$ 7.137,00</b>
Hamburguer de frango	Quantidade Unidade	Valor Unitário	Tota l
Hamburguer frango empanado unid	700	R\$ 2,00	R\$ 1.400,00
Margarina kg	4	R\$ 15,00	R\$ 60,00
Molho kg	12	R\$ 37,00	R\$ 444,00
Pães de Hamburguer unidade	700	R\$ 0,80	R\$ 560,00
Queijo kg	8	R\$ 30,00	R\$ 240,00
Salada (porção para 1 sanduiche)	700	R\$ 1,00	R\$ 700,00
Subtotal			<b>R\$ 3.404,00</b>
Batatas Fritas	Quantidade Unidade	Valor Unitário	Tota l
Batata Congelada pct 1Kg	50	R\$ 16,00	R\$ 800,00
Óleo de soja para frituras	12	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Subtotal			<b>R\$ 896,00</b>
Bebidas em Geral	Quantidade Unidade	Valor Unitário	Tota l
Água mineral 500 ml	200	R\$ 1,15	R\$ 230,00
Cervejas unidade	500	R\$ 2,68	R\$ 1.340,00
Refrigerante 1,5 Lt	300	R\$ 6,89	R\$ 2.067,00
Refrigerante lata 310 ml	200	R\$ 2,50	R\$ 500,00
Sucos caixa de 1 Lt	100	R\$ 7,00	R\$ 700,00
Subtotal			<b>R\$ 4.837,00</b>
Sachês	Quantidade Unidade	Valor Unitário	Tota l
Catchup sachê cx 175 um	23	R\$ 13,00	R\$ 299,00
Maionese sachê cx 175 um	23	R\$ 12,00	R\$ 276,00
Subtotal			<b>R\$ 575,00</b>
<b>Total</b>			<b>R\$ 16.849,00</b>

Custo unitário hamburguer salada		
Produtos	Quantidade	Valor unitário
Hanburguer carne gramas	100	R\$ 2,50
Pão de hamburguer unidade	1	R\$ 0,80
Magarina grama	5	R\$ 0,08
Queijo grama	20	R\$ 0,60
Kit saladas unidade	1	R\$ 1,00
Molho grama	20	R\$ 0,74
Sachê catchup unidade	4	R\$ 0,30
Sachê maionese unidade	4	R\$ 0,27
<b>total</b>		<b>R\$ 6,29</b>
Custo unitário hamburguer crispy		
Produtos	Quantidade	Valor unitário
Hanburguer frango unidade	1	R\$ 2,00
Pão de hamburguer unidade	1	R\$ 0,80
Magarina grama	5	R\$ 0,08
Queijo grama	20	R\$ 0,60
Kit saladas unidade	1	R\$ 1,00
Molho grama	20	R\$ 0,74
Sachê catchup unidade	4	R\$ 0,30
Sachê maionese unidade	4	R\$ 0,27
<b>total</b>		<b>R\$ 5,79</b>
Custo unitário da porção de batata frita		
Produtos	Quantidade	Valor unitário
Batata Frita grama	500	R\$ 8,00
Óleo de soja 1 Litro	0,06	R\$ 0,01
<b>total</b>		<b>R\$ 8,01</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Para iniciarmos a produção da empresa, faz-se necessário um estoque inicial de produtos que está listado na tabela a seguir.

Tabela 12: Estoque inicial de produtos

Estoque Inicial			
Produtos	Quantidade	Valor Unitário	Total
Água mineral 500 ml unidade	120	R\$ 1,15	R\$ 138,00
Alface unidade	20	R\$ 5,00	R\$ 100,00
Batata Congelada pacote 2kg	6	R\$ 32,00	R\$ 192,00
Bobina saquinhos multiuso unidade	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Canudos biodegradáveis pacote	5	R\$ 12,00	R\$ 60,00
Carne moída Kg	10	R\$ 25,00	R\$ 250,00
Cebola roxa kg	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Condimento de fumaça kg	3	R\$ 60,00	R\$ 180,00
Copos descartáveis pct	10	R\$ 6,50	R\$ 65,00
Embalagem de Hamburger isopor cento	8	R\$ 35,00	R\$ 280,00
Guardanapos pacote	20	R\$ 3,00	R\$ 60,00
Hamburger empanado frango unidade	360	R\$ 2,00	R\$ 720,00
Margarina kg	6	R\$ 15,00	R\$ 90,00
Máscaras descartáveis pacote	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
Molho kg	40	R\$ 37,00	R\$ 1.480,00
Óleo de soja litro	10	R\$ 7,00	R\$ 70,00
Pães de Hamburger unidade	200	R\$ 0,80	R\$ 160,00
Queijo kg	8	R\$ 30,00	R\$ 240,00
Refrigerante 1,5 litro	60	R\$ 6,89	R\$ 413,40
Refrigerante lata 310 ml	120	R\$ 2,50	R\$ 300,00
Sachê de catchups caixa	10	R\$ 12,00	R\$ 120,00
Sachê de maioneses caixa	10	R\$ 13,00	R\$ 130,00
Sacolas plásticas cento	5	R\$ 7,00	R\$ 35,00
Sal rosa kg	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
Suco caixa 1 litro	60	R\$ 7,00	R\$ 420,00
Tomate kg	5	R\$ 7,00	R\$ 35,00
Toalha descartável pacote	10	R\$ 6,00	R\$ 60,00
Touca descartável pacote	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 5.763,40</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

#### 5.4. Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas

Na composição dos custos teremos mercadorias compradas dos fornecedores e que serão comercializadas em conjunto com a produção própria, como sucos, refrigerante, água e cervejas. Na tabela seguinte listamos o custo de aquisição destas mercadorias.

Tabela 13: Mercadorias vendidas

Bebidas em Geral	Quantidade	Valor Unitário	Total
Água mineral 500 ml	200	R\$ 1,15	R\$ 230,00
Cervejas unidade	500	R\$ 2,68	R\$ 1.340,00
Refrigerante 1,5 Lt	300	R\$ 6,89	R\$ 2.067,00
Refrigerante lata 310 ml	200	R\$ 2,50	R\$ 500,00
Sucos caixa de 1 Lt	100	R\$ 7,00	R\$ 700,00
<b>Subtotal</b>			<b>R\$ 4.837,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.5. Estimativa dos custos de comercialização

Os custos de comercialização da empresa serão os salários dos funcionários envolvidos no processo de produção e atendimento, mais os custos com divulgação e promoção dos produtos.

Tabela 14: Custos de comercialização

Despesas Comerciais			
Descrição	Quantidade	Valor	Total
Chapeiro	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Gerente de Atendimento	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Gerente de Produção	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Marketing	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.000,00
Operador de Caixa	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 6.280,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.6. Estimativa dos custos com mão de obra

Os custos com mão de obra compõem uma fatia importante dos custos totais da empresa e devem ser observados com atenção. Os proprietários serão os gerentes de atendimento e de produção.

Tabela 15: Custo com mão de obra

Funcionários			
Cargos	Quantidade	Valor	Total
Chapeiro	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Gerente de Atendimento	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Gerente de Produção	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Operador de Caixa	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Subtotal			R\$ 5.280,00
Encargos de folha		68,18%	R\$ 3.599,90
Total			R\$ 8.879,90

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

## 5.7. Estimativa dos custos com depreciação

A depreciação especifica a obsolescência de um equipamento ou a sua degradação com o tempo de uso, até que não seja mais viável manter este equipamento, pois seu custo com manutenção pode se tornar muito elevado, compensando sua substituição após o período de vida útil. Lembre-se de que as máquinas, equipamentos e ferramentas vão se desgastar ou tornam-se ultrapassados com o passar dos anos, sendo necessária sua reposição. O reconhecimento da perda do valor dos bens pelo uso é chamado de depreciação.

[...] as máquinas, equipamentos e ferramentas vão se desgastar ou tornam-se ultrapassados com o passar dos anos, sendo necessária sua reposição. O reconhecimento da perda do valor dos bens pelo uso é chamado de depreciação... Apesar de ser um custo e influenciar na formação do preço, a depreciação não representa um desembolso (saída de dinheiro do caixa da empresa). Entretanto, dependendo da situação financeira e das estratégias do negócio, pode-se fazer uma reserva para a troca do bem ao final de sua vida útil. (SEBRAE, 2013, p. 93).

Tabela 16: Depreciação

Máquinas e Equipamentos	Quantidade (unidades)	Valor Unitário	Total	Vida Útil (anos)	Depreciação	Anual	Mensal
Botijões de gás	3	R\$ 200,00	R\$ 600,00	15	6,67%	R\$ 40,00	R\$ 3,33
Celulares	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	3	33%	R\$ 399,89	R\$ 33,32
Chapa elétrica pequena	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00	10	10%	R\$ 39,99	R\$ 3,33
Chapa grande a gás	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	10	10%	R\$ 119,99	R\$ 10,00
Computador	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	3	33%	R\$ 499,89	R\$ 41,66
Fatiador de frios simples	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	10	10%	R\$ 149,99	R\$ 12,50
Fogão industrial de 4 bocas	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00	10	10%	R\$ 79,99	R\$ 6,67
Freezers	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00	10	10%	R\$ 499,99	R\$ 41,67
Fritadeira elétrica	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00	10	10%	R\$ 39,99	R\$ 3,33
Geladeira Duplex	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	10	10%	R\$ 249,99	R\$ 20,83
Kit de segurança (alarme e câmeras)	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	3	33%	R\$ 333,22	R\$ 27,77
Liquidificadores	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	10	10%	R\$ 19,99	R\$ 1,67
Microondas	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00	10	10%	R\$ 59,99	R\$ 5,00
Televisão de 50 polegadas	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	5	20%	R\$ 499,96	R\$ 41,66
Total			R\$ 19.400,00	Total depreciação		R\$ 3.032,87	R\$ 252,74

Fonte: Elaborada pelos autores (2023)

## 5.8. Estimativa dos custos fixos mensais

Os custos fixos são gastos que não sofrem variação em função da quantidade da produção. Estes gastos são recorrentes e tendem a não sofrer grandes variações.

É necessário ter muito cuidado com o gerenciamento desse tipo de custo, porque todos os meses eles serão cobrados e não é uma boa ideia deixar acumular. Dentro desses custos, estão os pagamentos básicos, como aluguel, água, luz, entre outros. É importante lembrar, também, que esse tipo de custo sempre vai existir independente se naquele mês houve boas vendas ou não. A nomenclatura –custos fixos diz respeito justamente a essa cobrança mensal, mas lembre-se: o valor em si, pode ser variável. Por exemplo, a conta de luz vence todo mês, mas ela pode apresentar valores diferentes em cada vencimento. (SEBRAE, 2023).

Para a lanchonete Castelo Burguer, o ponto comercial será cedido gratuitamente pela prefeitura, não gerando nenhum custo com taxas ou aluguel. Os demais custos fixos mensais estão descritos abaixo:

Tabela 17: Custos fixos mensais

Despesas Administrativas			
Descrição	Quantidade	Valor	Total
Água (mensal)	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Celular (conta)	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Encargos de folha (mensal)	1	R\$ 3.599,90	R\$ 3.599,90
Gás (GLP) unidade	6	R\$ 110,00	R\$ 660,00
Gasolina (litros)	60	R\$ 5,80	R\$ 348,00
Internet (conta)	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Luz (conta)	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00
Material de escritório mensal	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Material de Limpeza mensal	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Serviço Contábil mensal	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 6.957,90</b>
Despesas Comerciais			
Descrição	Quantidade	Valor	Total
Chapeiro	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Gerente de Atendimento	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Gerente de Produção	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Marketing	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Operador de Caixa	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 6.280,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023)

## 5.9. Demonstrativo de resultados

A Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) nos ajuda a compreender a dinâmica financeira da empresa e ela tem o objetivo de indicar o lucro ou prejuízo da empresa em um determinado período, nos permitindo avaliar o desempenho do negócio.

Executamos a DRE sobre o valor previsto de faturamento para um ano, levando em consideração o início em janeiro de 2023 e replicamos para mais quatro anos, admitindo-se alguns acréscimos listados a seguir:

- Receita operacional líquida a partir de 2024, acréscimo de 10% como previsão de crescimento, e para os anos seguintes o mesmo crescimento do ano anterior com incremento de 1% ao ano.
- Custo mercadoria vendida, despesas administrativas e despesas comerciais acompanham os valores com acréscimo da inflação a partir de 2024 de acordo com Relatório Focus do Banco Central.

Tabela 18: DRE

DRE Castelo Burguer					
	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025	31/12/2026	31/12/2027
<b>(=) Receita Operacional Líquida</b>	<b>R\$ 475.920,00</b>	<b>R\$ 523.512,00</b>	<b>R\$ 581.098,32</b>	<b>R\$ 650.830,12</b>	<b>R\$ 735.438,03</b>
(-)Custo de Mercadoria Vendida	-R\$ 202.188,00	-R\$ 210.315,96	-R\$ 218.265,90	-R\$ 226.341,74	-R\$ 234.263,70
<b>(=) Resultado Operacional Bruto</b>	<b>R\$ 273.732,00</b>	<b>R\$ 313.196,04</b>	<b>R\$ 362.832,42</b>	<b>R\$ 424.488,38</b>	<b>R\$ 501.174,33</b>
(-)Despesa Administrativa	-R\$ 83.494,85	-R\$ 86.851,34	-R\$ 90.134,32	-R\$ 93.469,29	-R\$ 96.740,72
(-)Despesa Comercial	-R\$ 75.360,00	-R\$ 78.389,47	-R\$ 81.352,59	-R\$ 84.362,64	-R\$ 87.315,33
(-)Despesa Tributária	-R\$ 3.117,10				
(-)Depreciação/ Amortização	-R\$ 3.032,87				
<b>(=) Lucro antes dos IR e da CSLL</b>	<b>R\$ 108.727,19</b>	<b>R\$ 141.805,26</b>	<b>R\$ 185.195,54</b>	<b>R\$ 240.506,48</b>	<b>R\$ 310.968,32</b>
(-)Imposto de Renda	-R\$ 21.201,80	-R\$ 27.652,03	-R\$ 36.113,13	-R\$ 46.898,76	-R\$ 60.638,82
<b>(=) Resultado após o IR e a CSLL</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>
<b>(=) Lucro(Prejuízo) Líquido do Exercício</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023)

## 5.10. Indicadores de viabilidade

Além de uma boa ideia para um negócio, temos que nos certificar que o mesmo nos dará um retorno satisfatório ao investimento. E para sabermos sobre esse retorno devemos utilizar os indicadores de viabilidade. Esses indicadores serão explorados nos itens adiante.

A viabilidade financeira é um dado calculado em cima de despesas e lucros. Ela permite calcular se o investimento de tempo e dinheiro necessário para colocar em prática um plano ou projeto é viável para seus investidores. Mostra dados reais sobre o provável retorno financeiro de acordo com a injeção de dinheiro e a análise de mercado(SEBRAE, 2023).

Abaixo temos uma tabela indicando a previsão de vendas mensais com os custos de produção. Essa tabela já nos traz uma previsão do lucro bruto em razão do faturamento.

Tabela 19: Lucro Bruto Mensal

Produtos	Custo Unitário	Preço Produto	Unidade vendida	Custo Bruto	Faturamento	Lucro Bruto
Água mineral 500ml	R\$ 1,15	R\$ 3,00	120	R\$ 138,00	R\$ 360,00	R\$ 222,00
Batata frita	R\$ 8,01	R\$ 18,00	100	R\$ 800,80	R\$ 1.800,00	R\$ 999,20
Cervejas lata	R\$ 2,68	R\$ 5,00	500	R\$ 1.340,00	R\$ 2.500,00	R\$ 1.160,00
Hamburguer frango	R\$ 5,79	R\$ 15,00	700	R\$ 4.050,50	R\$ 10.500,00	R\$ 6.449,50
Hamburguer Salada	R\$ 6,29	R\$ 15,00	1300	R\$ 8.172,36	R\$ 19.500,00	R\$ 11.327,64
Refrigerantes 1,5 Lt	R\$ 6,89	R\$ 10,00	300	R\$ 2.067,00	R\$ 3.000,00	R\$ 933,00
Refrigerantes lata 310ml	R\$ 2,50	R\$ 5,00	200	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00	R\$ 500,00
Sucos 1 Lt	R\$ 7,00	R\$ 10,00	100	R\$ 700,00	R\$ 1.000,00	R\$ 300,00
<b>Total</b>			<b>3320</b>	<b>R\$ 17.768,66</b>	<b>R\$ 39.660,00</b>	<b>R\$ 21.891,34</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.10.1. Análise econômico-financeira

A análise econômico-financeira nos traz a informação de que o investimento no negócio se tornará lucrativo ou não, e o tempo que levará para se obter o retorno desse investimento.

Para verificarmos essas informações utilizamos alguns indicadores de viabilidade que são: Tempo de Retorno do Investimento - *Payback*, o Ponto de Equilíbrio, o Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR) e o Índice de Lucratividade.

A base para realizarmos a análise financeira é executarmos a projeção de receitas, custos, despesas e investimentos da empresa.

Tabela 20: DRE

DRE Castelo Burguer					
	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025	31/12/2026	31/12/2027
<b>(=) Receita Operacional Líquida</b>	<b>R\$ 475.920,00</b>	<b>R\$ 523.512,00</b>	<b>R\$ 581.098,32</b>	<b>R\$ 650.830,12</b>	<b>R\$ 735.438,03</b>
(-)Custo de Mercadoria Vendida	-R\$ 202.188,00	-R\$ 210.315,96	-R\$ 218.265,90	-R\$ 226.341,74	-R\$ 234.263,70
<b>(=) Resultado Operacional Bruto</b>	<b>R\$ 273.732,00</b>	<b>R\$ 313.196,04</b>	<b>R\$ 362.832,42</b>	<b>R\$ 424.488,38</b>	<b>R\$ 501.174,33</b>
(-)Despesa Administrativa	-R\$ 83.494,85	-R\$ 86.851,34	-R\$ 90.134,32	-R\$ 93.469,29	-R\$ 96.740,72
(-)Despesa Comercial	-R\$ 75.360,00	-R\$ 78.389,47	-R\$ 81.352,59	-R\$ 84.362,64	-R\$ 87.315,33
(-)Despesa Tributária	-R\$ 3.117,10				
(-)Depreciação/ Amortização	-R\$ 3.032,87				
<b>(=) Lucro antes dos IR e da CSLL</b>	<b>R\$ 108.727,19</b>	<b>R\$ 141.805,26</b>	<b>R\$ 185.195,54</b>	<b>R\$ 240.506,48</b>	<b>R\$ 310.968,32</b>
(-)Imposto de Renda	-R\$ 21.201,80	-R\$ 27.652,03	-R\$ 36.113,13	-R\$ 46.898,76	-R\$ 60.638,82
<b>(=) Resultado após o IR e a CSLL</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>
<b>(=) Lucro(Prejuízo) Líquido do Exercício</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.10.1.1. Tempo de retorno do investimento

O tempo de retorno do investimento, ou *Payback*, é o indicador que nos mostra a quantidade de tempo que uma empresa precisará para gerar os retornos que paguem o investimento inicial. Uma forma simples de calcular o tempo de retorno somar os lucros mensais até atingir o capital investido e contar quantos meses levou para atingir esse equilíbrio.

O empreendimento do Castelo Burger traz um retorno satisfatório para o capital investido, onde em 12 meses os sócios terão todo o investimento capitalizado.

Os períodos de payback são normalmente usados para avaliar propostas de investimento de capital. O período de payback é o tempo necessário para que a empresa recupere o investimento inicial em um projeto, calculado a partir das entradas de caixa. No caso de uma anuidade, o período de payback pode ser encontrado dividindo-se o investimento inicial pela entrada de caixa anual. (GITMAN, 2010, p. 366).

Tabela 21: Payback

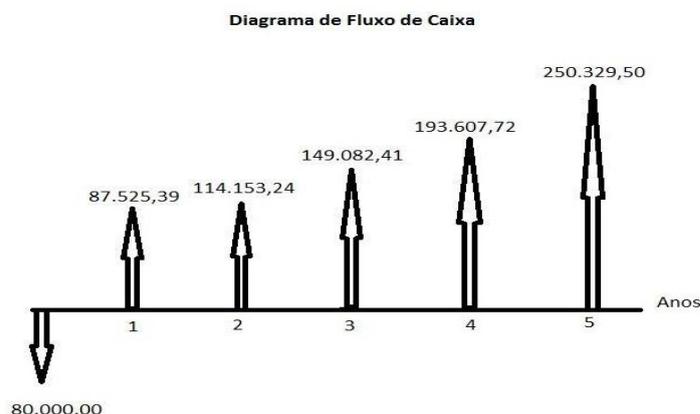
DRE Castelo Burger					
	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025	31/12/2026	31/12/2027
<b>(=) Receita Operacional Líquida</b>	<b>R\$ 475.920,00</b>	<b>R\$ 523.512,00</b>	<b>R\$ 581.098,32</b>	<b>R\$ 650.830,12</b>	<b>R\$ 735.438,03</b>
(-)Custo de Mercadoria Vendida	-R\$ 202.188,00	-R\$ 210.315,96	-R\$ 218.265,90	-R\$ 226.341,74	-R\$ 234.263,70
<b>(=) Resultado Operacional Bruto</b>	<b>R\$ 273.732,00</b>	<b>R\$ 313.196,04</b>	<b>R\$ 362.832,42</b>	<b>R\$ 424.488,38</b>	<b>R\$ 501.174,33</b>
(-)Despesa Administrativa	-R\$ 83.494,85	-R\$ 86.851,34	-R\$ 90.134,32	-R\$ 93.469,29	-R\$ 96.740,72
(-)Despesa Comercial	-R\$ 75.360,00	-R\$ 78.389,47	-R\$ 81.352,59	-R\$ 84.362,64	-R\$ 87.315,33
(-)Despesa Tributária	-R\$ 3.117,10				
(-)Depreciação/ Amortização	-R\$ 3.032,87				
<b>(=) Lucro antes dos IR e da CSLL</b>	<b>R\$ 108.727,19</b>	<b>R\$ 141.805,26</b>	<b>R\$ 185.195,54</b>	<b>R\$ 240.506,48</b>	<b>R\$ 310.968,32</b>
(-)Imposto de Renda	-R\$ 21.201,80	-R\$ 27.652,03	-R\$ 36.113,13	-R\$ 46.898,76	-R\$ 60.638,82
<b>(=) Resultado após o IR e a CSLL</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>
<b>(=) Lucro(Prejuízo) Líquido do Exercício</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>

Período (Ano)	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado
0	-R\$ 80.000,00	-R\$ 80.000,00	-R\$ 80.000,00
1	R\$ 87.525,39	R\$ 79.305,38	-R\$ 694,62
2	R\$ 114.153,24	R\$ 93.718,54	R\$ 93.023,92
3	R\$ 149.082,41	R\$ 110.900,19	R\$ 203.924,11
4	R\$ 193.607,72	R\$ 130.496,00	R\$ 334.420,11
5	R\$ 250.329,50	R\$ 152.881,59	R\$ 487.301,70

Fonte: Elaborada pelos autores (2023)

Figura 2: Diagrama de fluxo de caixa



Fonte: Elaborada pelos autores (2023)

### 5.10.1.2. Ponto de equilíbrio

O cálculo do ponto de equilíbrio ajuda os empresários a definir a quantidade mínima de faturamento para que não tenha lucro nem prejuízo. Quando a empresa vende diversos produtos, o cálculo do ponto de equilíbrio é feito para encontrar as margens de todos os produtos, calcular a venda média em um período e achar a margem de contribuição média.

A empresa conta com o ponto de equilíbrio operacional médio é 2.336 unidades comercializadas, apresentando um resultado operacional mensal médio de 3.320 unidades, gerando assim, um lucro operacional médio de R\$ 4.806,95 reais disponibilizados no caixa da empresa.

A partir dos custos fixos e variáveis, pode-se calcular o chamado ponto de equilíbrio (*break-even point*), ou ponto de paridade. O ponto de equilíbrio pode ser definido como o valor e/ou a quantidade vendida que não apresenta nem lucro nem prejuízo para a empresa. É o patamar de operação da empresa em que as receitas se igualam com as despesas, proporcionando um ponto de equilíbrio entre elas. Trata-se, pois, de um ponto neutro em que não existe lucro ou prejuízo. Assim, o volume de operação da empresa deve referir-se a uma quantidade de unidades a serem vendidas para ultrapassar o ponto de equilíbrio e fazer com que as receitas ultrapassem as despesas, produzindo um lucro excedente (CHIAVENATO, 2008, p. 82).

Tabela 22: Ponto de equilíbrio.

CustoTotal									
Produto	Preço	Quant.	Receita	Custo Unitário	Custo Variável	Custo Fixos	Custo Total	Lucro	
Água mineral 500ml	R\$ 3,00	120	R\$ 360,00	R\$ 1,15	R\$ 138,00	R\$ 11.917,90	R\$ 12.055,90	-R\$ 11.695,90	
Batata frita	R\$ 18,00	100	R\$ 1.800,00	R\$ 8,01	R\$ 800,80	R\$ 11.917,90	R\$ 12.718,70	-R\$ 10.918,70	
Cervejas	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00	R\$ 2,68	R\$ 1.340,00	R\$ 11.917,90	R\$ 13.257,90	-R\$ 10.757,90	
Hamburguer Crispy	R\$ 15,00	700	R\$ 10.500,00	R\$ 5,79	R\$ 4.050,50	R\$ 11.917,90	R\$ 15.968,40	-R\$ 5.468,40	
Hamburguer salada	R\$ 15,00	1300	R\$ 19.500,00	R\$ 6,29	R\$ 8.172,36	R\$ 11.917,90	R\$ 20.090,26	-R\$ 590,26	
Refrigerantes 1,5 Lt	R\$ 10,00	300	R\$ 3.000,00	R\$ 6,89	R\$ 2.067,00	R\$ 11.917,90	R\$ 13.984,90	-R\$ 10.984,90	
Refrigerantes lata 350 ml	R\$ 5,00	200	R\$ 1.000,00	R\$ 2,50	R\$ 500,00	R\$ 11.917,90	R\$ 12.417,90	-R\$ 11.417,90	
Sucos 1 Lt	R\$ 10,00	100	R\$ 1.000,00	R\$ 7,00	R\$ 700,00	R\$ 11.917,90	R\$ 12.617,90	-R\$ 11.617,90	
Custos Fixos	Preço venda Médio	Cust. Unt. Médio	Quantidade	Receita Média	Custos Totais	Lucro Médio	Ponto de Equilíbrio Operacional Médio		
R\$ 11.917,90	R\$ 10,13	R\$ 5,09	3320	R\$ 33.615,00	R\$ 28.808,05	R\$ 4.806,95	2.366 unidades		

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.10.1.3. Valor presente líquido

O Valor Presente Líquido (VPL) é um indicador que analisa, nas projeções de fluxos de caixa, o lucro que se espera receber no futuro, nos valores atuais, pois sabemos que o dinheiro no futuro vale menos que nos dias de hoje, em virtude de vários fatores, como a inflação.

O resultado do VPL é de extrema importância, pois seu resultado nos mostra lucro ou prejuízo ao longo do tempo. Para sabermos esse resultado, basta aplicar a taxa mínima de atratividade (TMA) ao fluxo de caixa futuro até a data do pretendo resgate desse investimento. Depois somamos esses fluxos e subtraímos o valor investido inicialmente.

Então, se o resultado do VPL for positivo, o empreendimento gera lucros. Se der um valor nulo (zero), o empreendimento se pagará ao longo tempo, mas não irá gerar lucro. E se for um resultado negativo, vai gerar prejuízo.

A empresa Castelo Burger apresenta uma estimativa de VPL robusto com valores acumulado em R\$ 567.301,70 reais no período de 5 anos, replicando um Valor Presente (VP) trazido para o presente de R\$ 487.301,70 reais.

Como o valor presente líquido (VPL) considera explicitamente o valor do dinheiro no tempo, é considerada uma técnica sofisticada de orçamento de capital. Todas as técnicas desse tipo descontam de alguma maneira os fluxos de caixa da empresa a uma taxa especificada. Essa taxa — comumente chamada de taxa de desconto, retorno requerido, custo de capital ou custo de oportunidade — consiste no retorno mínimo que um projeto precisa proporcionar para manter inalterado o valor de mercado da empresa. (GITMAN, 2010, p. 369).

Tabela 23: VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

Período (Ano)	Fluxo de Caixa	Valor Presente (VP)	VP Acumulado
0	-R\$ 80.000,00	-R\$ 80.000,00	-R\$ 80.000,00
1	R\$ 87.525,39	R\$ 79.305,38	-R\$ 694,62
2	R\$ 114.153,24	R\$ 93.718,54	R\$ 93.023,92
3	R\$ 149.082,41	R\$ 110.900,19	R\$ 203.924,11
4	R\$ 193.607,72	R\$ 130.496,00	R\$ 334.420,11
5	R\$ 250.329,50	R\$ 152.881,59	R\$ 487.301,70
<b>Soma VPs (ano 1 a 5)</b>		R\$ 567.301,70	
<b>VPL do Projeto</b>		R\$ 487.301,70	

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

#### 5.10.1.4. Taxa interna de retorno (TIR)

Outro indicador muito importante é a TIR ou taxa interna de retorno, que traz em formato de percentual o resultado do investimento. Este indicador de rentabilidade acompanha a periodicidade dos fluxos de caixa. Quando usada no lugar da TMA no cálculo do VPL, o VPL torna-se -zero.

Para se analisar a TIR, deve-se levar em conta a TMA do investimento, pois será necessário comparar essas duas taxas. Então podemos ter três cenários.

Quando a TIR é maior que a TMA, o empreendimento consegue pagar o investimento e ainda sobra lucro. Quando a TIR fica igual à TMA, o empreendimento consegue se pagar, mas sem gerar lucro. E quando a TIR é menor que a TMA, o empreendimento não consegue se pagar, gerando assim prejuízo.

Taxa interna de retorno (TIR) Uma técnica sofisticada de orçamento de capital; é a taxa de desconto que iguala o VPL de uma oportunidade de investimento a zero (isso porque o valor presente das entradas de caixa iguala-se ao investimento inicial). É a taxa de retorno anual composta que a empresa obterá se aplicar recursos em um projeto e receber as entradas de caixa previstas. (GITMAN, 2010, p. 371).

Diante das projeções de fluxo de caixa da empresa Castelo Burger, a TIR tem um valor de 133,87 pontos percentuais, com variação de 123,5 pontos percentuais com a TMA estipulada de 10,37%, onde permite uma margem significativa diante de alguma alteração econômica ou mercadológica.

...sempre que a TIR ficar acima do custo de capital ou do retorno requerido ( $TIR > r$ ), o VPL será positivo; e sempre que ela for inferior ao custo de capital ou ao retorno requerido ( $TIR < r$ ), o VPL será negativo. Como, por definição, a TIR é a taxa de desconto que faz com que o VPL seja igual a zero e TIR e VPL sempre coincidem em decisões de aceitação-rejeição. (GITMAN, 2010, p.401)

Tabela 24: TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Período (Ano)	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado
0	-R\$ 80.000,00	-R\$ 80.000,00	-R\$ 80.000,00
1	R\$ 87.525,39	R\$ 79.305,38	-R\$ 694,62
2	R\$ 114.153,24	R\$ 93.718,54	R\$ 93.023,92
3	R\$ 149.082,41	R\$ 110.900,19	R\$ 203.924,11
4	R\$ 193.607,72	R\$ 130.496,00	R\$ 334.420,11
5	R\$ 250.329,50	R\$ 152.881,59	R\$ 487.301,70
Taxa Interna de Retorno (TIR)		133,87%	

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

### 5.10.1.5. Índice de lucratividade

Índice de lucratividade é um indicador que mede a eficiência do negócio. É calculado em função do lucro líquido em razão das receitas em determinado período de tempo. Para calcular esse índice usamos a seguinte fórmula: **(lucro líquido/receita total)x100**. O resultado retorna em percentual.

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se sua empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá realizar mais investimentos em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, etc.. (SEBRAE, 2013, p. 101).

Tabela 25: Índice de Lucratividade

DRE Castelo Burguer					
	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025	31/12/2026	31/12/2027
<b>(=) Receita Operacional Líquida</b>	<b>R\$ 475.920,00</b>	<b>R\$ 523.512,00</b>	<b>R\$ 581.098,32</b>	<b>R\$ 650.830,12</b>	<b>R\$ 735.438,03</b>
(-)Custo de Mercadoria Vendida	-R\$ 202.188,00	-R\$ 210.315,96	-R\$ 218.265,90	-R\$ 226.341,74	-R\$ 234.263,70
<b>(=) Resultado Operacional Bruto</b>	<b>R\$ 273.732,00</b>	<b>R\$ 313.196,04</b>	<b>R\$ 362.832,42</b>	<b>R\$ 424.488,38</b>	<b>R\$ 501.174,33</b>
(-)Despesa Administrativa	-R\$ 83.494,85	-R\$ 86.851,34	-R\$ 90.134,32	-R\$ 93.469,29	-R\$ 96.740,72
(-)Despesa Comercial	-R\$ 75.360,00	-R\$ 78.389,47	-R\$ 81.352,59	-R\$ 84.362,64	-R\$ 87.315,33
(-)Despesa Tributária	-R\$ 3.117,10				
(-)Depreciação/ Amortização	-R\$ 3.032,87				
<b>(=) Lucro antes dos IR e da CSLL</b>	<b>R\$ 108.727,19</b>	<b>R\$ 141.805,26</b>	<b>R\$ 185.195,54</b>	<b>R\$ 240.506,48</b>	<b>R\$ 310.968,32</b>
(-)Imposto de Renda	-R\$ 21.201,80	-R\$ 27.652,03	-R\$ 36.113,13	-R\$ 46.898,76	-R\$ 60.638,82
<b>(=) Resultado após o IR e a CSLL</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>
<b>(=) Lucro(Prejuízo) Líquido do Exercício</b>	<b>R\$ 87.525,39</b>	<b>R\$ 114.153,24</b>	<b>R\$ 149.082,41</b>	<b>R\$ 193.607,72</b>	<b>R\$ 250.329,50</b>
<b>Índice de Lucratividade</b>					
18,39%					

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Para esse resultado do índice de lucratividade da lanchonete Castelo Burger, podemos dizer que, para cada 1 real que foi investido na empresa, o retorno foi de 18 centavos de lucro no período de um ano.

#### **5.10.1.6. Análise de sensibilidade**

De acordo com a análise de sensibilidade, este projeto aceita 133,87 pontos percentuais na TMA para que ainda obtenha um retorno positivo, sendo o percentual mínimo de 10,37% ao máximo de 133,87%. Qualquer TMA acima resultará em um VPL negativo inviabilizando assim o projeto.

No orçamento convencional de projetos de capital aqui presumido, o risco decorre quase inteiramente das entradas de caixa, uma vez que o investimento inicial costuma ser conhecido com relativa certeza. Essas entradas de caixa derivam, é claro, de diversas variáveis relacionadas a receitas, despesas e impostos. Alguns exemplos são o nível das vendas, o custo das matérias-primas, os salários, os custos de água e eletricidade e as alíquotas de impostos. Vamos nos concentrar no risco das entradas de caixa, mas é importante lembrar que esse risco na verdade resulta da interação dessas variáveis subjacentes. Desse modo, para avaliar o risco de uma proposta de investimento de capital, o analista deve avaliar a probabilidade de que as entradas de caixa sejam grandes o bastante para permitir a aceitação do projeto. (GITMAN, 2010, p. 394).

O cálculo da TMA foi feito utilizando critérios pré-definidos pelos proprietários da empresa e respeitando o custo de oportunidade com referência a taxa selic 13,75%, com o risco de negócio na casa de 0,50 pontos e por fim, o risco do mercado replicando o índice Bovespa de 6,98%, com todos replicados ao ano. Diante das diretrizes o TMA foi definido em 10,37% de retorno, tornando-se muito satisfatório para os sócios da lanchonete Castelo Burger.

Tabela 26: Análise de Sensibilidade

<b>Fluxo de caixa</b>	R\$ 80.000,00	R\$ 87.525,39	R\$ 114.153,24	R\$ 149.082,41	R\$ 193.607,72	R\$ 250.329,50
Custo de oportunidade anual		13,75%				
risco do negócio anual		0,50				
risco do mercado anual		6,98%				
TMA anual		10,37%				
Investimento Inicial			R\$ 80.000,00			
TMA anual			10,37%			
<b>Análise de Sensibilidade</b>						
	R\$	487.301,70				
	R\$	729.038,27				
10,37%	R\$	498.001,30				
20,74%	R\$	352.600,56				
31,11%	R\$	256.297,62				
41,48%	R\$	189.721,43				
51,85%	R\$	141.995,19				
62,22%	R\$	106.703,63				
72,59%	R\$	79.899,66				
82,96%	R\$	59.064,00				
93,33%	R\$	42.536,14				
103,70%	R\$	29.190,16				
114,07%	R\$	18.243,06				
124,44%	R\$	9.137,96				
134,81%	R\$	1.470,65				
137,00%	R\$	0,00				
155,55%	-R\$	10.671,48				
165,92%	-R\$	15.542,18				
176,29%	-R\$	19.802,28				
186,66%	-R\$	23.555,58				

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

## 6. Avaliação estratégica

### 6.1. Matriz SWOT

A matriz (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats) *SWOT*, sigla em inglês ou (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) FOFA, sigla em português, é uma ferramenta administrativa que, tem por finalidade, analisar os ambientes internos e externos da empresa, identificando-se assim suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

A matriz F.O.F.A. é sempre feita em quadrantes, ou seja, em quatro quadrados iguais. Em cada quadrado são registrados fatores positivos e negativos para a implantação do negócio. A tarefa principal é levantar o maior número possível de itens para cada área (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). Quanto mais completo for esse levantamento, mais precisa será a análise e melhores são as chances de desenvolver soluções eficazes[...] é importante que as informações levantadas sejam extremamente

honestas. O foco deve estar na realidade e não em como seria –o negócio ideal. Não seja nem muito otimista, nem muito pessimista(SEBRAE, 2023).

Tabela 27: Análise SWOT

Ambiente interno	Ambiente Externo
<b>Forças</b>	<b>Oportunidades</b>
- Ambiente amplo. - Porção satisfatória. - Produtos de alta aceitação e qualidade.	- Crescimento do mercado de <i>fast food</i> . - Produtos artesanais em alta. - Divulgação pelas redes sociais.
<b>Fraquezas</b>	<b>Ameaças</b>
- Distante do centro comercial da cidade.	- Concorrência. - Insumos sazonais dificultam obtenção e aumentam os custos.

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

## 6.2. Parecer avaliativo

Este projeto trata da implantação de uma hamburgueria artesanal na cidade de Campos Belos – GO. Este planejamento visa minimizar os riscos inerentes ao negócio. O detalhamento do plano de negócios é essencial e necessário para que assim possa minimizar esses riscos.

O objetivo deste plano de negócios é fazer uma descrição detalhada do projeto, descrevendo o mercado local, fazendo projeções de um planejamento financeiro e de marketing realístico. As dificuldades deste empreendimento são mínimas, pois os dois proprietários têm sólidos conhecimentos administrativos e um deles tem 20 anos de experiência em administrar pequenos negócios e também tem sete anos de experiência no ramo alimentício. Possui ainda alta experiência em gastronomia, criando composições de alimentos únicas, o que dá um toque *gourmet* ao empreendimento, gerando maior valor ao negócio.

Após a execução deste plano, a Castelo Burger se mostrará viável e lucrativa, bastando para isso que os administradores executem em detalhes as diretrizes contidas neste documento. Mas como o mercado e principalmente os clientes podem seguir novas tendências, se faz essencial que este plano seja revisado e atualizado constantemente a fim de garantir a lucratividade do empreendimento indefinidamente.

Portanto, a Castelo Burger se mostra uma excelente oportunidade de negócio, por suas características de negócio simples, com alta lucratividade e prazo de retorno do investimento muito curto.



Figura 3: Cardápio



**Castelo Burger Cardápio - WhatsApp - 62 99352-7108**

**Lanches:**

Burger Salada (pão, hamb carne, alface, tomate, cebola roxa, queijo e molho grill) ..... R\$ 15,00

Frango Crispy (pão, hamb frango crocante, queijo, alface, tomate, cebola, molho grill) ..... R\$ 15,00

**Porções:**

Batata Frita 500g ..... R\$ 18,00

**Bebidas:**

Água Mineral sem gás ..... R\$ 3,00

Coca Cola lata ..... R\$ 5,00

Coca Cola 1,5 litro ..... R\$ 10,00

Suco de Uva 1 litro ..... R\$ 10,00

Cerveja Lata ..... R\$ 5,00



**Taxa de entrega R\$ 4,00**

Fonte: Elaborada pelos autores (2023)

## 8. Referências bibliográficas

ANVISA, **Disponível curso grátis sobre manipulação de alimentos**. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/disponivel-curso-gratis-sobre-manipulacao-de-alimentos>>. Acesso em: 21 abr. 2023.

Banco Central do Brasil, **Focus – Relatório de Mercado**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/publicacoes/focus>>. Acesso em 25 abr. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto, **EMPREENDEDORISMO: Dando asas ao espírito empreendedor**. 3ª edição, São Paulo: Saraiva, 2008.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 12ª edição, São Paulo: Pearson, 2010.

Jornal O Estado de São Paulo, **Refeição fora de casa subiu menos do que comprar comida no supermercado, aponta IBGE**. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2022/08/29/refeicao-fora-de-casa-subiu-menos-do-que-comida-no-supermercado.htm>>. Acesso em: 19 abr. 2023.

SEBRAE, **Use a matriz F.O.F.A. para melhorar a empresa**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corrigir-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em 01 maio 2023.

SEBRAE, **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: SEBRAE, 2013.

SEBRAE, **Viabilidade Financeira**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/viabilidade-financeira,4e8ccd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 25 abr. 2023.

SEBRAE, **Custos e preço de venda no comércio para as Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/custos-e-preco-de-venda-no-comercio,e195164ce51b9410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 01 de maio de 2023.

TACHIZAWA, Takeshy, ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. **Gestão Socioambiental:** estratégias na nova era da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.