

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

Luciano Mayer Lentz

ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA PARA
IMPLANTAÇÃO DE UMA CASA NOTURNA EM PORTO ALEGRE

PORTO ALEGRE

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

Luciano Mayer Lentz

ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA PARA
IMPLANTAÇÃO DE UMA CASA NOTURNA EM PORTO ALEGRE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. José Eduardo Zdanowicz

Luciano Mayer Lentz

ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA CASA NOTURNA EM PORTO ALEGRE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Conceito Final:

Aprovado em de de

BANCA EXAMINADORA

Prof.

Orientador – Prof. Dr. José Eduardo Zdanowicz

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, pela incondicional devoção e carinho.

A minha irmã, pelo apoio, incentivo e amizade.

A minha namorada, pela compreensão, amor e companheirismo.

Aos familiares e amigos, pela força e incentivo.

Ao orientador deste trabalho, Prof. Dr. José Eduardo Zdanowicz, pela dedicação e incentivo dispensados.

Aos professores do Curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pela ética e transmissão de conhecimento.

“O único lugar onde o sucesso vem antes do
trabalho é no dicionário”
(Albert Einstein)

RESUMO

Este estudo analisa a viabilidade econômica e financeira para implantação de uma casa noturna em Porto Alegre. Foi elaborada pesquisa de mercado para definir o perfil dos consumidores, bem como orçamentos para a definição de preço dos equipamentos, materiais e locação do imóvel. Em posse desses dados foi possível efetuar planejamentos financeiros, projeção dos fluxos de caixa, calcular o *payback*, o ponto de equilíbrio, o valor presente líquido e projetar a demonstração do resultado do exercício. Após a análise desses dados pode-se concluir se é viável a abertura do empreendimento na cidade.

Palavras-chave: Valor presente líquido (VPL), *Payback*, Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), Ponto de Equilíbrio, Fluxo de Caixa, Planejamento Financeiro.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
BRDE – Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
CLT – Consolidação das Leis do Trabalho
CNAE – Código Nacional de Atividade Econômica
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CPF – Cadastro de Pessoa Física
DRE – Demonstrativo de Resultados do Exercício
FAPERGS - Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul
FC – Fluxo de Caixa
FGTS – Fundo de Garantia do Tempo de Serviço
FINEP – Agência Brasileira da Inovação
GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial
INSS – Instituto Nacional do Seguro Social
PIB – Produto Interno Bruto
PLR – Participação nos Lucros e Resultados
PPCI – Plano de Prevenção e Proteção Contra Incêndio
PRC – Período de Recuperação de Capital
RG – Registro Geral
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TIR – Taxa Interna de Retorno
TMA – Taxa Mínima de Atratividade
VAL – Valor Atual Liquidado
VPL – Valor Presente Líquido

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 10 |
| 1.1 PROBLEMA | 12 |
| 1.2 JUSTIFICATIVAS | 13 |
| 1.3 OBJETIVOS..... | 14 |
| 1.3.1 Objetivo geral | 14 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 14 |
| 1.4 METODOLOGIA..... | 15 |
| 1.4.1 Método de pesquisa | 15 |
| 1.4.2 Coleta de dados | 16 |
| 2. MERCADO | 17 |
| 3. REFERENCIAL TEÓRICO | 20 |
| 3.1 EMPREENDEDORISMO..... | 21 |
| 3.2 MARKETING | 27 |
| 3.3 FINANÇAS | 32 |
| 3.4 ADMINISTRAÇÃO, ASPECTOS JURÍDICOS E TRIBUTAÇÃO | 36 |
| 3.5 RECURSOS HUMANOS..... | 38 |
| 4. AVALIAÇÃO DO PROJETO DE VIABILIDADE | 39 |
| 4.1 DOCUMENTAÇÃO E QUESITOS ADMINISTRATIVOS | 40 |
| 4.1.1 Definição do empresário | 41 |
| 4.1.2 Tipos de participação | 41 |
| 4.1.3 Nome fantasia | 41 |
| 4.1.4 Capital social | 43 |
| 4.1.5 Atividades | 43 |
| 4.1.6 Documentos | 43 |
| 4.2 ANÁLISE DE DADOS..... | 46 |
| 4.3 ORÇAMENTO E CUSTOS DE EQUIPAMENTOS E MATERIAIS | 49 |
| 4.4 PLANEJAMENTO FINANCEIRO | 50 |
| 4.5 CÁLCULOS DE VIABILIDADE FINANCEIRA | 52 |

| | |
|---|-----------|
| CONCLUSÕES..... | 56 |
| REFERÊNCIAS..... | 58 |
| LISTA DE ANEXOS..... | 60 |
| ANEXO I – ALÍQUOTAS SIMPLES..... | 60 |
| ANEXO II – PESQUISA DE PÚBLICO..... | 61 |
| ANEXO III - ANÁLISE DE PESQUISA..... | 65 |
| ANEXO IV – EQUIPAMENTOS E ITENS BÁSICOS..... | 73 |
| ANEXO V – ITENS DE ILUMINAÇÃO E OUTROS..... | 74 |
| ANEXO VI – SOM E CLIMATIZAÇÃO..... | 75 |
| ANEXO VII – CUSTOS DE MANUTENÇÃO DA CASA..... | 76 |
| ANEXO VIII – PROJEÇÕES DE FATURAMENTO..... | 77 |
| ANEXO IX – CONSOLIDAÇÃO DAS PROJEÇÕES FINANCEIRAS..... | 78 |
| ANEXO X – PROJEÇÃO FINANCEIRA PESSIMISTA..... | 79 |
| ANEXO XI – PROJEÇÃO FINANCEIRA ESPERADA..... | 80 |
| ANEXO XII – PROJEÇÃO FINANCEIRA OTIMISTA..... | 81 |
| ANEXO XIII – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO..... | 82 |
| ANEXO XIV – PAYBACK..... | 83 |
| ANEXO XV – PONTO DE EQUILÍBRIO: CENÁRIO PESSIMISTA..... | 84 |
| ANEXO XVI – PONTO DE EQUILÍBRIO: CENÁRIO ESPERADO..... | 85 |
| ANEXO XVII – PONTO DE EQUILÍBRIO: CENÁRIO OTIMISTA..... | 86 |
| ANEXO XVIII – FLUXO DE CAIXA PESSIMISTA: ANO 01..... | 87 |
| ANEXO XIX – FLUXO DE CAIXA ESPERADO: ANO 01..... | 88 |
| ANEXO XX – FLUXO DE CAIXA OTIMISTA: ANO 01..... | 89 |
| ANEXO XXI – FLUXO DE CAIXA PESSIMISTA: ANO 02..... | 90 |
| ANEXO XXII – FLUXO DE CAIXA ESPERADO: ANO 02..... | 91 |
| ANEXO XXIII – FLUXO DE CAIXA OTIMISTA: ANO 02..... | 92 |
| ANEXO XXIV – VALOR PRESENTE LÍQUIDO..... | 93 |

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no país tem recebido diversos incentivos por parte do Governo Federal. Desde linhas de crédito mais acessíveis como as disponibilizadas pelo Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado, com taxas de juros menores que 0,80% a.m. e a simplificação do sistema tributário nacional para as empresas com faturamento anual de até R\$ 3.600.000,00. As atividades empreendedoras (informais ou não) muitas vezes são as únicas desempenhadas pelas famílias brasileiras, e é prioridade do Governo que essas empresas se desenvolvam, gerando renda e aumentando o Produto Interno Bruto brasileiro (PIB).

No entanto, somente a disponibilização de linhas de crédito atrativas e a facilidade no processo de registro das empresas não tornam os empreendimentos eficientes ou rentáveis, requerendo o planejamento organizacional essencial. A análise do mercado, o planejamento financeiro e operacional, a gestão do fluxo de caixa, a mensuração do investimento inicial e a taxa interna de retorno do mesmo são alguns dos itens que devem ser analisados pelo empreendedor.

Aproximadamente, segundo o SEBRAE em publicação no *site* economia.uol.com.br, 50% das empresas encerram suas atividades no primeiro ano de atuação devido ao despreparo de seus proprietários e/ou pela falta de gestão. Isso demonstra que, mesmo com o incentivo federal, faz-se necessário o acompanhamento do exercício das atividades dos novos empresários brasileiros. O sucesso no desempenho da atividade do empreendedor não deve ser considerado sinônimo de sorte como muitos acreditam. Evidenciar que o planejamento organizacional e a gestão da empresa por parte do investidor são diferenciais administrativos é fundamental para mudar a percepção que diversas pessoas têm sobre os empreendedores de sucesso. Destaca-se que o sistema de planejamento financeiro e orçamento será uma das condições necessárias para alcançar o sucesso empresarial, pois os tempos mudaram: é preciso planejar e controlar as projeções.

A partir dessa afirmação, é perceptível a referência ao atual momento econômico brasileiro, onde existem diversos incentivos governamentais para a criação de novas empresas, mas nenhum planejamento financeiro ou orçamentário. Esse planejamento

busca antecipar as visualizações dos possíveis resultados operacionais, que deverão ser alcançados no período. Portanto, é fundamental para o planejamento financeiro da organização a projeção das atividades do negócio, as quais refletem no caixa da empresa.

Assim, o presente trabalho estuda a análise de viabilidade econômica e financeira para implantar uma casa noturna na cidade de Porto Alegre. No estudo foram analisados dados e informações a respeito do mercado, em termos de estratégias de atuação, preferência do consumidor, custos financeiros e cálculos de viabilidade econômica, bem como a documentação necessária para criação da personalidade jurídica.

Foi realizada pesquisa de mercado com base em questionário direcionado para o público alvo, ou seja, pessoas de 18 a 35 anos, em sua maioria estudantes, frequentadores de casas noturnas da cidade. A partir da coleta de informações, obtiveram-se detalhes sobre os hábitos de consumo dos jovens, a localização preferida e o portfólio de produtos desejados pelos mesmos. Acresce-se que os dados obtidos pelo questionário foram essenciais para definir o local, o estilo musical, os diferenciais competitivos e os fatores que agregam valor ao serviço oferecido às pessoas que frequentam as noites da capital.

Foram solicitados orçamentos junto a empresas especializadas. A partir dos valores orçados de equipamentos, materiais e custos com locação, definiu-se o valor de cada item que compõe os custos essenciais para a abertura da empresa. De posse das propostas, realizaram-se cálculos de viabilidade econômica e financeira, mediante o uso de fluxos de caixa, valor presente líquido e *payback* de acordo com os cenários pessimista, realista e otimista, tornando assim possível a análise de viabilidade para a abertura dessa casa noturna na cidade de Porto Alegre.

1.1 PROBLEMA

Casas noturnas e bares vêm se tornando investimentos atrativos, pois resultam em bom retorno aos empreendedores do ramo de entretenimento. Segundo dados da Folha de São Paulo, em matéria publicada em abril de 2012, o faturamento do setor cresceu 15% em dois anos, reflexo do crescente número de casas e danceterias pelo Brasil. Em média, os empresários do setor lucram de 20% a 25% sobre o faturamento, justificando o investimento e o risco do negócio.

O *site pme.estadao.com.br* informa, em sua publicação, que apesar dos altos ganhos proporcionados pelas atividades das casas noturnas, a empresa deve encerrar suas atividades em até 5 anos, devido ao ciclo de vida do negócio.

O ciclo de atividade é justificado pela expectativa dos frequentadores em buscar um local com novidades, e a solução apontada por especialistas para essa situação é o encerramento das atividades ou o reposicionamento do negócio. O *site empreendedorescriativos.com.br*, em sua matéria apresentada em 1º de março de 2013, explica que devido à alta competitividade do setor, geralmente, o fim de uma casa noturna se dá em menos de três anos. Isso ocorre em 49% das empresas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Portanto, percebe-se que apesar de bons retornos obtidos com as danceterias, a alta competitividade do negócio faz com que a atividade no setor reduza. É necessário que a empresa obtenha retorno rápido antes que o ciclo de atividade ultrapasse o ponto de maturação e entre em decadência. Além da solução de reposicionar o negócio ou encerrar as atividades, outra forma de se estender o período de atuação da casa noturna é através de promoções e clube de vantagens, como tratado na reportagem do *site empreendedorescriativos.com.br* :

Os sócios também criaram um modelo de clube de vantagens para associados, que conta hoje com 45 mil cadastrados, e um programa de convênios com empresas (...) Uma forma de aproximar e fidelizar o público que frequenta seus estabelecimentos. (<http://www.empreendedorescriativos.com.br/noticias/casas-noturnas-boas-propostas-e-alto-risco/>)

Esse modelo de fidelização dos clientes demonstra o interesse dos empresários do setor em manter o público cativo e a rentabilidade de seus negócios. Devido à legislação intensa que rege a abertura de uma empresa do ramo, os empreendedores tendem a tardar ao máximo a última opção que possuem para sair sem prejuízo ao encerrar as atividades.

A realização da abertura de uma casa noturna não exige somente conhecimento no ramo, faz-se necessário cumprir todos os procedimentos legais, obter alvarás e licenças e realizar os cálculos para análise de viabilidade econômica e financeira do empreendimento. Ao se projetar os custos envolvidos com a implantação, que se relacionam as instalações e reformas, contratação de pessoas para fazer parte da equipe. Adiciona-se que é preciso fazer pesquisa sobre o estilo musical que está em alta e adequar a casa noturna à demanda de seus frequentadores.

Nesse contexto, considerando os custos, as projeções e os cálculos de viabilidade econômica e financeira do projeto, questiona-se: é viável a abertura de uma nova casa noturna na cidade de Porto Alegre?

1.2 JUSTIFICATIVAS

Esse estudo visa atender ao pré-requisito para a conclusão do curso de Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O trabalho refere-se à viabilidade econômica e financeira de um empreendimento, ou seja, a instalação de uma casa noturna, na cidade de Porto Alegre. A decisão de investir está relacionada ao espírito empreendedor de seu autor. A ideia também é contribuir para futuros empreendedores, pois não existem muitas pesquisas em relação ao público alvo e os dados expostos nesse trabalho podem auxiliar no processo de tomada de decisão.

A população brasileira é uma das mais empreendedoras do mundo, segundo dados publicados pela empresa GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) e adaptados pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, mais de 43% sonham em ter seu próprio negócio. Portanto, apesar de haver o interesse em realizar a abertura de uma empresa, a análise de viabilidade econômica e financeira deve ser o primeiro passo.

Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em matéria divulgada no *site* economia.uol.com.br, entre os erros mais comuns estão a falta de planejamento e o descontrole na gestão. Dessa forma, percebe-se a necessidade de realizar a projeção e a avaliação do mercado onde a empresa está inserida, a fim de reduzir os riscos que o empreendimento está exposto.

Estudar a viabilidade econômica e financeira torna-se essencial para a correta análise do empreendimento, pois dessa forma se pode mensurar, com precisão, o risco ao qual o negócio está exposto. A elaboração de um projeto como esse requer dedicação para apurar as informações sobre o ambiente, a legislação que avalia a atuação do empreendimento, os concorrentes e os custos envolvidos com reformas, equipamentos, itens de segurança e contratações de pessoas.

Os empreendedores devem analisar a viabilidade econômica e financeira de uma empresa para colocar suas ideias em prática, sejam elas inovadoras ou não. Mesmo que exista a geração de valor e o reconhecimento do produto/serviço, o não planejamento pode acarretar em perdas, tanto no tempo dispendido com o projeto, como em custos financeiros e prejuízos envolvidos no mesmo. Para se constituir uma empresa, são orçados os equipamentos, materiais, e analisados os concorrentes para, posteriormente, calcular-se a viabilidade do projeto. Esses são itens imprescindíveis para o sucesso empresarial.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Analisar a viabilidade econômica e financeira para a abertura de uma casa noturna na cidade de Porto Alegre.

1.3.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos atendidos no trabalho foram:

- a) relacionar os itens jurídicos, administrativos e tributários necessários para a abertura e funcionamento do empreendimento;
- b) estudar o mercado de atuação, em termos econômicos e financeiros;
- c) pesquisar os equipamentos e custos envolvidos para a abertura da casa noturna;
- d) elaborar um projeto de viabilidade econômica e financeira;
- e) aplicar os métodos de análise de viabilidade do empreendimento;
- f) concluir sobre a viabilidade da abertura da casa noturna na capital.

1.4 METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se por ser um estudo de caso, cuja principal finalidade é analisar a viabilidade econômica e financeira para a implantação de uma casa noturna na cidade de Porto Alegre. Um estudo de caso, segundo Yin (2005, p. 32) é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real”. O objetivo desse estudo é a análise de forma imparcial, deixando-a neutra de conceitos pré-estabelecidos. A pesquisa levou em consideração os cálculos e projeções de caixa, investimento inicial do empreendimento, mensuração do valor presente líquido (VPL) e análise das projeções contábeis da empresa.

O trabalho foi estruturado com base nas bibliografias de Administração que discutem conceitos e ferramentas de *marketing*, recursos humanos, finanças, empreendedorismo e questões legais, tributárias e administrativas. Os dados apresentados foram suficientes para embasar o raciocínio do leitor para as questões apresentadas.

1.4.1 Método de pesquisa

A análise de mercado procurou identificar os hábitos de consumo dos frequentadores de casas noturna da cidade de Porto Alegre através de pesquisa quantitativa. Para ACEVEDO (2007, p. 50) as pesquisas “caracterizam-se pela coleta das informações entre um grande número de pessoas e pela análise quantitativa dos dados”. Esse tipo de pesquisa demonstrou-se ser pertinente, pois a objetividade do

questionário auxilia na elaboração do portfólio de produtos a serem direcionados junto ao público-alvo, bem como na definição do perfil do consumidor.

Quanto à obtenção dos orçamentos de equipamentos, materiais e estrutura, foram realizadas pesquisas de preço dos itens essenciais para o funcionamento da empresa. Após elencar os itens pertinentes à abertura da casa noturna, utilizando o critério de menor preço, foram selecionados os itens que fazem parte do investimento inicial da empresa. A pesquisa foi efetuada, no mínimo, com três fornecedores.

1.4.2 Coleta de dados

A pesquisa de mercado foi realizada através de questionário aplicado em 266 jovens e adultos, com idade de 18 a 35 anos, em sua maioria estudantes e residentes da capital, através de redes sociais e e-mails. A aplicação do questionário proporcionou a elaboração do portfólio de produtos adequados ao público, bem como tornou possível elencar os itens considerados como diferenciais para esses consumidores.

A amostra pesquisada (público-alvo) é definida por ACEVEDO (2007) como “amostragem por julgamento”, pois os sujeitos são selecionados segundo um critério específico. Nesse caso, as pessoas têm acesso a redes sociais e estão dentro da faixa etária. Os orçamentos dos equipamentos, materiais e os custos com a locação foram obtidos através de contato telefônico com os fornecedores, meios eletrônicos e pessoalmente.

A partir desses itens, da projeção dos fluxos de caixa embasados em pesquisa de mercado e dos custos envolvidos com as operações e recursos humanos, calcularam-se as viabilidades econômicas e financeiras para a abertura da casa noturna na cidade de Porto Alegre. Para a realização do cálculo, foram utilizados os métodos do valor presente líquido (VPL) considerando uma taxa mínima de atratividade (TMA) de 15%, composta por uma taxa média SELIC projetada de 12% a.a. mais o risco projetado, envolvido com a atividade. A análise das Demonstrações Contábeis, bem como os custos envolvidos e as projeções de faturamento também auxiliaram no estudo que deram sustentação à análise final desse estudo.

2. MERCADO

O mercado que a empresa pretende inserir-se é altamente competitivo. Para atuar nesse nicho deve-se considerar que as atividades desenvolvidas são definidas por um horizonte temporal e que essa atuação declina com o passar do tempo. A abertura ou não de outra casa noturna, no mesmo lugar, com nome e estilo diferentes é muitas vezes uma alternativa para continuar nesse ramo de atividade.

Algumas casas noturnas mantêm a tradição e conseguem desempenhar suas atividades por mais que três anos, chegando, às vezes, a mais de 10 anos. Um exemplo de empresa que atua há bastante tempo é a casa noturna OCIDENTE que exerce suas atividades desde 1980, conforme informações retiradas do site da empresa (<http://barocidente.com.br/historia>).

O período de funcionamento da casa noturna é fundamental para se projetar e calcular o valor presente líquido, o *payback*, os custos e as receitas para manutenção e a viabilidade do negócio.

As casas noturnas da cidade de Porto Alegre, na sua maioria, funcionam de quarta a domingo. Algumas abrem somente nos finais de semana. A abertura da casa em todos os dias ou somente em certas datas decorre do maior volume de consumidores, sendo um dos itens apurados no trabalho. A decisão chave em definir o valor das entradas e saídas financeiras envolvidas estão diretamente relacionadas ao número de frequentadores e à quantidade de dias que são necessários a contratação dos seguranças, funcionários e equipe de limpeza.

As empresas que atuam no ramo operam com diversos valores de ingresso, bebida, alimentação, guarda-volumes e modos de operação. O modo de trabalho de algumas organizações varia desde o momento do consumo, podendo estabelecer a aquisição de fichas compradas direto nos caixas e, depois retiradas nos balcões, até sistemas mais informatizados que trabalham sob a forma de registro das informações em um cartão controle em posse do cliente que na saída é pago pelo consumidor. Esse ponto é importante, pois define uma série de questões relativas ao investimento inicial. Caso se opte por realizar um trabalho com registro eletrônico e controle através de sistemas informatizados, é necessário maior investimento nessa área e uma constante

manutenção de *software* e programas de gestão. A utilização de um sistema digital traz maior agilidade para o consumidor e controle por parte da casa, pois é possível identificar hábitos de consumo dos clientes e definir o portfólio mais adequado de produtos a serem servidos. No entanto, ao se optar por trabalhar com uma forma de registro simplificado, como os controles manuais anotados a caneta em um cardápio onde o cliente controla, está sendo priorizado um método de trabalho, com menor custo inicial envolvido e menor controle.

Portanto, ambas as formas possuem suas vantagens e limitações. É necessário verificar qual é a melhor opção e, qual delas será percebida pelos clientes como um quesito diferenciado em relação à organização da empresa e controle por parte da casa noturna.

A localização das casas noturnas de Porto Alegre ocorre, em sua maioria, na região da Cidade Baixa, Centro e proximidades da Zona Sul e Zona Norte. Não há casas famosas nas localidades mais afastadas. A Zona Norte, Leste, Sul e Oeste da capital não possuem empresas desse ramo em atuação. Através de uma pesquisa para identificar o perfil dos consumidores e preferências do público, analisou-se se essa inexistência se dá pela preferência do público por regiões mais tradicionais ou pelo fato de não haver atuação nesses pontos afastados. É o consumidor que indica o local onde devem existir as casas ou o contrário? Essa questão é identificada através do questionário, onde há diversas regiões a serem elencadas por ordem de preferência e entre elas, as opções onde não existe ainda a atuação dessas empresas.

No entanto, apesar de haver certo oligopólio nesse segmento, existem nichos inexplorados que permitem a inserção de novas empresas do ramo. Para tanto foi efetuada pesquisa de mercado para se obter informações sobre os consumidores a respeito de qual fração do mercado ainda está disponível para ser explorada pela empresa com base nessa análise de viabilidade. Acresce-se saber quais os itens são diferenciais competitivos e quais não são? O que torna o público a ser mais fiel? O que repele? O que torna uma casa noturna um local de referência como empresa no ramo de atividade de entretenimento jovem-adulto?

Os diferenciais competitivos encontrados através da pesquisa de mercado são utilizados para obter vantagem competitiva, sendo parte integrante dos itens

estratégicos de diferenciação da empresa. Um dos princípios da instituição é a constante atualização de seu portfólio de músicas e de itens de consumo para melhor atender aos frequentadores. Uma das premissas do funcionamento da casa é que a mesma é “produzida” pelos próprios consumidores. Não é a empresa que dá as “cartas” do jogo, e sim o seu público. Obviamente, alguns itens não são possíveis de serem controlados pelos mesmos, como os custos e alguns recursos da organização, mas a forma de trabalho e o estilo da mesma se dão desta forma, trazendo como um dos seus diferenciais o maior contato da casa com seus frequentadores. Tudo isso com a justificativa e a finalidade de atrair e reter os seus clientes, o que faz que seus consumidores se tornem seus defensores.

Para que isso tudo ocorra, o negócio deve ser bem planejado e avaliado para permitir esse maior contato da casa noturna com seu público. Seja através das redes sociais como *blogs*, *sites* próprios e e-mails de contato. O mecanismo que se dá esse contato também é importante, pois a forma de relacionamento dos consumidores com a organização restringe alguns públicos. Os meios de comunicação modernos e diferenciados fazem com que o público menos “conectado” se sinta menos influente e importante, tornando menos convidativo.

Nesse contexto, pontos devem ser levantados, desde a forma de tratamento da casa com seu público até o modo como são operacionalizados os pedidos, a formatação da casa e as músicas selecionadas.

Entretanto, apesar da existência dessas opções e oportunidades demonstradas, verifica-se, através de pesquisa de mercado, quais destes itens mais influenciam e são realmente diferenciais percebidos pelo público-alvo. Com base nos resultados obtidos procura-se planejar e definir itens estratégicos como a localização e estabelecer os critérios operacionais como os dias de funcionamento, forma de trabalho e o contato com o consumidor. A utilização dos critérios de preferência do público auxilia na projeção da casa, na manutenção da mesma e na forma de trabalhar e se relacionar com os frequentadores da casa noturna.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico foi utilizado como base para realizar a estruturação da organização a partir dos seguintes itens: empreendedorismo, estratégias de *marketing*, estruturação financeira, recursos humanos, legislação para a criação da personalidade jurídica, alvarás e licenças de funcionamento da empresa.

O empreendedorismo é o balizador para o surgimento de novas ideias e para o aperfeiçoamento das mais antigas. Caso de sucesso ou não, é o catalisador para novos empreendimentos e aumento do Produto Interno Bruto brasileiro (PIB). Entretanto, qualquer atividade, por mais promissora que seja, pode fracassar.

A partir de referenciais teóricos como os conceitos de *marketing* procura-se obter maior segurança no planejamento de um empreendimento. Analisar o ciclo de vida dos produtos, definir o melhor preço e o local de venda mais adequado para as empresas são alguns dos itens que auxiliam na obtenção do sucesso.

A estruturação financeira de uma empresa contribui para o seu melhor desempenho. Auxilia no gerenciamento e dá suporte às atividades exercidas. Qualquer organização deve mensurar e analisar suas finanças. A geração de caixa e a obtenção de lucro são os propósitos de seu funcionamento e devem ser suficientes para realizar novos investimentos e preparados para possíveis oscilações na demanda.

No entanto, por mais elaborado que seja o planejamento e o controle de qualquer organização, o enquadramento legal e jurídico é fator crítico para o desempenho das atividades de qualquer ramo. A legislação brasileira evidencia em suas leis e regulamentações as necessidades para enquadramento das operações realizadas. A normatização com base nesses preceitos é fundamental para o início de sua atividade.

A partir dessas premissas foram desenvolvidos os conceitos que nortearam a análise prática desse trabalho e que auxiliaram nas conclusões sobre a viabilidade econômica e financeira do negócio.

O material utilizado foi selecionado a partir de autores apresentados durante o período letivo do curso de graduação em Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul além de revistas *on-line*, publicações e materiais didáticos.

3.1 EMPREENDEDORISMO

As ideias surgem das mais diferentes regiões, inovadoras ou não, contendo soluções para as demandas da sociedade em que vivemos. A partir de projetos arrojados, ou simples, o atendimento às necessidades que aparecem diariamente são fontes de inspiração para os empreendedores.

O conceito de empreendedorismo e suas características são essenciais para definir o tema. No entanto, a definição de quem é o administrador e quem é o empreendedor dentro das organizações auxilia no entendimento sobre o assunto.

O administrador, segundo DORNELAS (2012) é responsável por planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades dentro da organização. O autor cita em seu texto o estudo de Rosemary Stewart (1982) do *Oxford Center Management Studies*:

(...) o trabalho dos administradores é semelhante ao dos empreendedores, já que compartilham de três características principais: demandas, restrições e alternativas. Nesse método de Stewart, não há preocupação de estudar o conteúdo do trabalho do administrador. As demandas especificam o que ter de ser feito. Restrições são os fatores internos e externos da organização que limitam o que o responsável pelo trabalho administrativo pode fazer. Alternativas identificam as opções que o responsável tem na determinação do que e de como fazer. (DORNELAS, 2012, p. 21)

Enquanto para Hampton, 1991 (*apud* DORNELAS, 2012, p. 21):

(...) os administradores diferem em dois aspectos: o nível que eles ocupam na hierarquia, que define como os processos administrativos são alcançados, e o conhecimento que detêm, segundo o qual são funcionais ou gerais.

A partir das características citadas pelos autores, percebem-se pontos em comum entre o administrador e o empreendedor, conforme cita:

O empreendedor é um administrador, mas com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários que os gerentes. (DORNELAS, 2012, p. 25).

Conforme esclarece Filion, 1997 (*apud* DORNELAS, 2012, p. 25): “o gerente é voltado para a organização dos recursos, enquanto o empreendedor é voltado para a definição de contextos”.

A seguir, está disposto o quadro comparativo entre administradores e empreendedores quanto às suas características e seu posicionamento em relação a algumas situações:

Comparação entre gerentes tradicionais e empreendedores (Hisrich, 1998)

| Temas | Gerentes Tradicionais | Empreendedores |
|-----------------------------------|--|--|
| Motivação principal | Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária, status, poder etc. | Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro |
| Referência de tempo | Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensais etc. e com horizonte de planejamento anual | Sobreviver e atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio |
| Atividade | Delega e supervisiona | Envolve-se diretamente |
| Status | Preocupa-se com o status e como é visto na empresa | Não se preocupa com o status |
| Como vê o risco | Com cautela | Assume riscos calculados |
| Falhas e erros | Tenta evitar erros e surpresas | Aprende com erros e falhas |
| Decisões | Geralmente concorda com seus superiores | Segue seus sonhos para tomar decisões |
| A quem serve | Aos outros (superiores) | A si próprio e a seus clientes |
| Histórico familiar | Membros da família trabalharam em grandes empresas | Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio |
| Relacionamento com outras pessoas | A hierarquia é a base do relacionamento | As transações e acordos são a base do relacionamento |

Hisrich, 1998, (*apud* DORNELAS, 2012, p. 27).

Através das informações do quadro apresentado por Hisrich, 1998, é perceptível a diferença de comportamento em relação às inúmeras situações apresentadas. O empreendedor é motivado e almeja o crescimento, tanto próprio, como da empresa e

de seus funcionários. É mais flexível e dinâmico, envolve-se com suas atividades. O administrador é focado nos resultados e incentivado por *status*. Geralmente, delega atribuições e serve aos seus superiores. É, nitidamente impessoal, quanto à organização e seus colegas de trabalho.

Outros pontos a serem desenvolvidos que merecem destaques, são os mitos criados em torno dos empreendedores de sucesso. Dentre eles, se destacam segundo DORNELAS (2012):

- a) empreendedores são natos;
- b) a visão que muitos têm de que as pessoas que empreendem correm qualquer risco;
- c) a ideia de que os empreendedores são solitários e que não trabalham em equipe.

Na verdade, esses pontos levantados em destaque são equívocos comuns, pois a realidade é na verdade outra. DORNELAS (2012, p. 28) relata que: “(...) empreendedores de sucesso acumulam habilidades relevantes, experiências (...) a capacidade de ter visão e perseguir oportunidades aprimora-se com o tempo”. Outros pontos apontados são quantos aos riscos e à sociabilidade dos empreendedores. Segundo o autor, essas pessoas, geralmente, mensuram os riscos que irão assumir e evitam os riscos desnecessários. São geralmente ótimos líderes e sabem trabalhar em equipe. Diferente do que se pensa muitas vezes, são pessoas que possuem um ótimo relacionamento com colegas de trabalho, fornecedores e clientes.

De maneira geral, podemos então estabelecer que o empreendedor, segundo DORNELAS (2012, p. 29) é “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Além das características do empreendedor e do administrador dentro das organizações, outro ponto a ser desenvolvido é o empreendedorismo. Para DORNELAS (2012, p. 28) “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. Essa visão empreendedora é o que muitos acreditam ser um dos principais diferenciais entre o administrador

(empresário) e o empreendedor. SALIM *et al*, (2005, p. 43) traduz a visão do empreendedor:

“(...) a forma como ele percebe que será o futuro no que diz respeito à área de negócios que está atuando; envolve sua expectativa de como as pessoas vão se comportar e aceitar ou rejeitar determinadas ofertas de produtos e serviços”.

DORNELAS (2012) também destaca que o processo do empreendedor requer a geração de valor, o comprometimento de tempo e de esforço, necessários para o crescimento e desenvolvimento da empresa, que os riscos projetados sejam assumidos e as decisões sejam tomadas. Apesar das possíveis falhas e erros, o comprometimento deve permanecer com ânimo e devoção.

Entretanto, não basta uma visão empreendedora e a disposição para fazer com que uma empresa obtenha sucesso. Um correto planejamento e estruturação da organização é também fator que contribui para definir se a empresa obterá sucesso no seu ramo de atividade. PEREIRA (1995, p. 31) ilustra em sua passagem uma das funções da elaboração de um plano de negócios: “(...) o principal objetivo do Plano de Negócio é orientar o empreendedor com relação às decisões estratégicas do negócio antes de iniciar o seu empreendimento”.

Segundo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em estudo apresentado no ano de 2010 com empresas que iniciaram suas atividades no ano de 2007 a cada 100, 48 encerraram suas atividades em 3 (três) anos (*site*: economia.uol.com.br). O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), na mesma publicação do *site* economia.uol.com.br, cita que uma das razões para esses encerramentos precoces seria a falta de planejamento, o descontrole do fluxo de caixa e não adaptação às necessidades do mercado. Dessa forma, percebe-se que mesmo com ideias inovadoras pode-se não obter o esperado sucesso na constituição e funcionamento de uma organização sem estruturação e planejamento desenvolvidos.

“Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional. (...) o empreendedor terá uma noção prévia do funcionamento da sua empresa em cada um daqueles aspectos (...)”.

PEREIRA, (1995, p. 31).

A citação define os principais pontos a serem observados pelo empreendedor. Esses itens devem ser desenvolvidos da melhor forma possível para que assim se obtenha os recursos e as bases para o desenvolvimento com sucesso da organização.

No Brasil, segundo DORNELAS (2012), temos uma grande quantidade de empreendedores, deixando de ser empregados, para serem proprietários de suas próprias empresas. Muitos, ao ficarem desempregados e terem experiência em certos ramos, migram para o outro lado da mesa e colocam em prática a experiência que conquistaram no ambiente de trabalho.

“Dados publicados pelo SEBRAE em 2010 informam que, no período de 2000 a 2008, o número de micro e pequenas empresas passou de 4,1 milhões para 5,7 milhões” (DORNELAS, 2012, p. 2). O autor exemplifica um pouco do resultado das ações do Governo no incentivo à criação desses novos negócios em nosso país. Um dos exemplos seria o Programa Empreendedor Individual, instituído pela Lei Complementar nº 128/2008, que trata sobre a criação de um sistema simplificado de tributação às empresas Micro e Pequenas através do Simples.

Abaixo segue uma lista de ações de incentivos realizadas para contribuir e auxiliar com o empreendedorismo no Brasil, destacados por DORNELAS (2012):

- O Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, que foi dirigido à capacitação de mais de 6 milhões de empreendedores em todo o país, destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizou um investimento de R\$ 8 bilhões. Esse Programa vigorou de 1999 até 2002, e realizou mais de 5 milhões de operações de crédito.
- A evolução da legislação em prol das micro e pequenas empresas: Lei da Inovação, Instituição do Simples, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, o Programa Empreendedor Individual.
- O aumento da quantidade de entidades de apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC).

- A ênfase do Governo Federal no apoio a micro e pequena empresa, considerando inclusive a criação de um ministério ou secretaria com foco na pequena empresa.
- A consolidação de programas de apoio à criação de novos negócios com recursos de subvenção econômica, bolsas, investimento para empresas iniciantes inovadoras, provenientes de entidades governamentais de apoio à inovação e ao empreendedorismo, como a Agência Brasileira de Inovação (FINEP), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul (FAPERGS), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), entre outros.

Pode-se perceber a quantidade de incentivos tanto do Governo como por parte de diversas outras instituições que auxiliam e incentivam a atividade empreendedora em nosso país.

Entretanto, assim como no resto do mundo, no Brasil, os novos empresários contam, em grande parte, com a falta de conhecimento técnico para planejar e controlar suas empresas.

(...) tendo em vista que a maior parte dos negócios criados no país é concebida por pequenos empresários. Esses nem sempre possuem conceitos de gestão, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento. Isso se reflete diretamente no índice de mortalidade dessas pequenas empresas (...).
(DORNELAS, 2012, p. 3)

Muitas vezes os programas disponibilizados e os incentivos não chegam ao conhecimento de muitos empreendedores, gerando assim um problema para micro e pequenos empresários que acabam caindo na informalidade nos seus negócios.

Apesar das estratégias do Governo Federal e dos incentivos, ainda faltam, segundo DORNELAS (2012), políticas duradouras focadas no empreendedorismo em nosso país.

Ligado ao fator de mortalidade das empresas e também às definições de empreendedorismo existem dois pontos a serem desenvolvidos que auxiliam na

exemplificação do desenvolvimento econômico e no surgimento de empresas informais, com baixa capacitação e sobrevivência: o empreendedorismo por oportunidade e o por necessidade. O primeiro, conforme DORNELAS (2012), seria o empreendedor que percebe oportunidades no mercado, identifica pontos a serem desenvolvidos por empresas e atua nestes segmentos mais frágeis ou ainda sem desenvolvimento. Esses, de maneira geral, possuem uma capacidade técnica e realizam um planejamento prévio antecipadamente, geram lucro, riqueza e emprego à sociedade.

O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, segundo Hisrich *et al* (2009) “envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda *per capita*; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”. Essas mudanças, ainda segundo os mesmos autores, acabam gerando maior produção e maior geração de riqueza, dividindo-a entre seus participantes.

O segundo tipo de empreendedor, por necessidade, é o aventureiro, por empreender por falta de opção (desemprego ou fonte alternativa de renda). Geralmente, seus negócios não são planejados e avaliados, não gerando desenvolvimento econômico e contribuindo para o aumento no número de empresas abertas que fracassam nos primeiros anos de sua atividade.

Portanto, com base nessas informações percebe-se a importância de um planejamento e de uma análise de viabilidade econômica e financeira para a criação de uma empresa. Não importando o porte e a quantidade de capital inicial investido. A correta estruturação das atividades da organização dá suporte ao seu exercício e reduz o risco do empreendimento, gerando maiores garantias na obtenção do sucesso.

3.2 MARKETING

Um dos quesitos a serem desenvolvidos durante o projeto de viabilidade econômica e financeira são os aspectos mercadológicos do negócio. A análise do ambiente em que a empresa está inserida é fundamental para a compreensão do pensamento dos consumidores e dos seus concorrentes.

Entretanto, não só a análise do mercado é essencial para o desempenho das atividades com sucesso, a geração de valor por parte dos produtos/serviços oferecidos

pela organização é fundamental durante o seu exercício. Para KOTLER; ARMSTRONG (1998, p. 3) “criar valor e satisfação para o cliente é o ponto central do pensamento e da prática do *marketing* moderno”. Pode-se perceber que o desenvolvimento dessa ferramenta no processo é fundamental para o sucesso da empresa. Conforme cita DRUCKER (*apud* KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p. 3): “O objetivo do *marketing* é tornar a venda supérflua. É conhecer e compreender o cliente tão bem que o produto ou serviço sirva...e venda por si próprio.”

Para realizar o desenvolvimento desse importante item será utilizado o mix de *marketing* como ferramenta para auxiliar na decisão quanto ao produto/serviço, preço, promoção e distribuição.

“O composto do produto/serviço pressupõe definir quem é o consumidor em potencial e o que ele espera em relação ao produto/serviço que vai comprar, bem como a existência de produtos/serviços concorrentes que também atendem a suas necessidades e expectativas.” (PEREIRA, 1995, p. 150)

A definição introduz o conceito de um dos itens da composição do mix de *marketing*. O produto/serviço oferecido pela organização é o principal elemento para ser trabalhado pela instituição afinal, esse será o gerador de receita para a organização.

Outra forma de trabalhar os produtos/serviços oferecidos, além da diferenciação dos mesmos, é o oferecimento para um grupo específico de consumidores dentro do mercado. A segmentação é uma forma das empresas “concentrarem seus recursos e estratégias nas características particulares deste mercado.” (PEREIRA, 1995, p. 151). Para isso, devem se definir alguns aspectos relevantes como: região, idade, sexo, renda, estilo de vida, comportamento entre outros.

A segmentação auxilia, de maneira estratégica, a direcionar os esforços e centrar objetivos mais focados em um público-alvo. Dessa forma, os investimentos realizados neste grupo específico se tornam mais efetivos.

Adotar uma estratégia de segmentação significa articular e direcionar os recursos de *marketing* para o segmento visado, partindo dos atributos,

características, conceito e posicionamento do produto/serviço. (PEREIRA, 1995, p. 151)

Essa citação esclarece o efeito da adoção da estratégia da segmentação como forma de ferramenta dentro do mix de *marketing*.

Outro item importante a ser trabalhado é o ciclo de vida do serviço prestado pela empresa. “Produtos/serviços não conseguem escapar à Lei que rege os seres vivos – levando-os do nascimento à morte. Possuem seu ciclo de vida e atravessam fases.” (PEREIRA, 1995, p. 152).

Assim como todos os outros produtos e serviços disponíveis no mercado, pode-se perceber que a casa noturna também terá um ciclo de vida com introdução, crescimento, maturidade e declínio e cabe ao administrador da empresa/*marketing* saber lidar com cada fase do ciclo. O foco se dará na etapa do declínio, o qual será fator primordial para sabermos se o negócio é viável ou não. Algumas formas de identificar essa etapa do ciclo são através de “uma análise regular de vendas, participações no mercado, custos e tendências.” (KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p. 228).

É possível identificar o início do estágio final do produto/serviço e adiantar-se para a tomada de decisão a qual o mude para uma nova fase. Algumas estratégias, segundo KOTLER; ARMSTRONG são: suspender os itens fracos, baixar o preço ou reposicionar produto/serviço. Realizar as estratégias propostas não garantirá a eternidade do produto, mas sim, um novo reposicionamento dentre as fases do ciclo.

A política de preços a ser adotada é um dos fatores que trará consequências diretas para as receitas da empresa. “É um elemento importante do composto de *marketing* vinculado ao produto/serviço, um guia que orienta a definição de seu preço de venda.” (PEREIRA, 1995, p. 156). Para esta política devem ser considerados, segundo PEREIRA, 1995, os seguintes itens:

- a) a estratégia produto/mercado adotada pela empresa.
- b) a renda do consumidor escolhido.
- c) os preços da concorrência, incluindo produtos importados.

- d) o *status* que o uso ou consumo do produto propicia ao consumidor.
- e) o comportamento mais “racional” do consumidor para aumentar os benefícios e diminuir as despesas com a aquisição do produto.

Uma das estratégias é a fixação de preços baseada no valor que segundo KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p. 246, tratam como:

“(...) usa a percepção dos consumidores com relação ao valor do produto, e não os custos do vendedor (...) a empresa pode perguntar aos consumidores quando eles pagariam por um produto básico e por cada benefício acrescentado à oferta, ou pode fazer experiências para testar o valor percebido de diferentes ofertas de produtos.”

Um dos fatores que decide o sucesso da casa noturna, mais especificamente, é a promoção. Por se tratar de um ramo de atividade com certa concorrência na região de Porto Alegre, a introdução da empresa com sucesso é fator imprescindível para o bom desenvolvimento da atividade. Usualmente, algumas estratégias são utilizadas e tidas como básicas, são elas: propagandas e promoção. Entretanto, para PEREIRA, 1995, p. 157:

(...) apesar de serem estas as formas mais usadas, é necessário perceber que a comunicação empresarial ocorre de forma mais ampla e interativa, pelo uso do próprio produto/serviço (...).

Com isso, pode-se perceber que um dos meios de se fazer a promoção da empresa é através da prestação de um serviço de qualidade, que atraia novos clientes através da propaganda realizada pelos próprios consumidores que se sentem satisfeitos. Dessa forma, a organização pode investir menos em propaganda e divulgação e mais na qualidade da prestação do serviço.

A distribuição, ao menos nesta forma de negócio, pode ser um dos fatores de diferenciação na venda do serviço, utilizando desde meios eletrônicos até canais diretos de venda, a empresa deverá escolher a melhor forma de entrar em contato com o seu cliente (público-alvo).

“(…) em geral, as empresas interessam-se pouco pelos seus canais de distribuição, o que pode causar resultados desastrosos (…) Por outro lado, muitas empresas usaram sistemas de distribuição para obter uma vantagem competitiva”. (KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p. 271)

Percebemos, dessa forma, que a distribuição é um fator de diferenciação e vantagem competitiva. Uma das formas de distribuição do produto/serviço é através do sistema híbrido de *marketing* que consiste numa forma da empresa estabelecer mais de uma forma de entrar em contato com o(s) seu(s) clientes(s). KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p. 279, traduzem melhor este conceito através da passagem a seguir: “O *marketing* multicanal ocorre quando uma única empresa estabelece dois ou mais canais para alcançar um ou mais segmentos de clientes.” Dessa forma, uma empresa que se inicia, como é o caso, terá vantagem, utilizando esse meio de comunicação. Através de redes sociais, contato direto e força de venda direta, a instituição se comunicará com seu público alvo para a venda do seu produto/serviço. Entretanto, só após definir o tipo de segmento a ser trabalhado é que se tornará acessível a decisão do canal de distribuição mais eficiente. Desde a renda do consumidor alvo até o *status* buscado pelo cliente, todas as características do consumidor devem ser base para a decisão do canal de distribuição.

Por se tratar da abertura de uma casa noturna na capital, onde existem outras empresas que competem pelo público, a localização pode ser um fator que define o sucesso ou não da organização. Segundo KOTLER; ARMSTRONG (1998, p. 306) “A localização (...) é a chave de sua capacidade de atrair clientes”. Portanto, o local onde será instalada a empresa definirá inclusive qual é o público que utilizará os serviços e qual não irá consumir. “(...) os varejistas terão de escolher cuidadosamente os segmentos-alvo e posicionar-se com firmeza.” (KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p. 307).

Kotler e Armstrong definem a percepção que as organizações têm sobre a importância do local de instalação da empresa. A busca pelo local ideal pode ser feita através de pesquisas com o público, estudo dos concorrentes ou até mesmo pela análise dos locais e preços dispostos a serem investidos pela instituição.

O planejamento e o desenvolvimento do mix de *marketing* são fatores que contribuem para o sucesso de uma empresa. Seja ela uma organização de pequeno ou

grande porte, é importante definir o preço, a promoção, os canais de distribuição e o produto/serviço oferecido aos clientes. Por se tratar de fatores estratégicos, é necessário dar atenção a esses itens e elaborar a melhor forma de trabalhá-los dentro da empresa e no segmento de atuação.

3.3 FINANÇAS

Ao se propor uma análise de viabilidade econômica e financeira de uma empresa, o principal item que deve obter a atenção do empreendedor são as finanças da empresa. Afinal, mesmo com vendas e giro de estoques uma organização pode fracassar. A movimentação do caixa não é sinônimo de saúde financeira e pode gerar a falsa impressão de que os resultados são positivos e que a situação é favorável.

Este é um bom negócio? Permitirá recuperar o capital investido? (...) quanto tempo? (...) taxa de rentabilidade do capital aplicado? (...) margem de lucro que as vendas irão proporcionar? (PEREIRA, 1995, p. 180).

As questões levantadas pelo autor em destaque são perguntas pertinentes e que devem ser respondidas antes de dar o primeiro passo na abertura do negócio. Nesse ponto, começa-se a verificar o principal fundamento na abertura de qualquer empresa com fins lucrativos, o lucro. As projeções de caixa, a liquidez e a solvência da empresa, o grau de rentabilidade e o retorno da instituição. Esses fatores mensuram a eficiência e a qualidade financeira da organização.

Nestas circunstâncias, o negócio ideal seria então aquele que pudesse oferecer, simultaneamente, a maior liquidez possível, o máximo de segurança – entendida como baixo risco, e uma ótima rentabilidade. (PEREIRA, 1995, p. 181)

Como informa o autor, neste momento é dever do empreendedor mensurar o risco de forma que aufera maior liquidez e rentabilidade para o negócio. Uma das formas de mensurar tal eficiência é através da taxa interna de retorno (TIR), período de

recuperação de capital (PRC) ou *payback* e o valor atual liquidado (VAL) – esse último conceito conhecido hoje, pelas bibliografias mais atuais, como VPL, valor presente líquido. O primeiro item serve para mensurar o retorno da empresa, o segundo trata dos períodos que serão necessários para cobrir os gastos iniciais com o empreendimento e o último item trata da análise de geração de caixa para a cobertura do investimento inicial.

Outro fator importante que influencia diretamente as entradas de caixa e a situação financeira da instituição são os cenários possíveis pelos quais a empresa poderá passar ou vivenciar. Dessa forma, com a previsão de receitas e despesas em um cenário pessimista, realista e otimista, pode-se verificar a viabilidade financeira da empresa durante o seu andamento em cada um desses aspectos.

SALIM *et al* (2005, p. 107) explica que: “Com base nesses pressupostos é que são feitas as projeções de ingressos e saídas de recursos no horizonte de planejamento estabelecido.”

O primeiro item a ser trabalhado neste momento em relação à questão financeira é o valor presente líquido (VPL). Esse item revela se o empreendimento é seguro financeira e economicamente viável. Traduz-se como:

(...) um instrumento de auxílio na tomada de decisão sobre investimento de capital; é utilizado para identificar o volume das entradas de caixa atualizadas que serão geradas pelo novo negócio e confrontá-lo com o total dos investimentos necessários para implantar esse mesmo empreendimento. (PEREIRA, 1995, p. 194).

Esse conceito tem por objetivo analisar se há segurança no investimento e se o mesmo consegue se autofinanciar. O cálculo se dá de forma simples: utilizam-se os fluxos de caixa trazidos a valor presente e somam-se todos. Desse somatório trazido a valor presente retira-se valor inicial investido. Se a diferença deste cálculo for igual ou superior a 0 (zero), o projeto é economicamente viável.

Abaixo segue a fórmula de cálculo do VPL:

$$VPL = \left(FC_1 + \frac{FC_2}{(1+i)^{j+1}} + \frac{FC_3}{(1+i)^{j+2}} + \dots + \frac{FC_6}{(1+i)^{j+5}} \right) - I$$

VPL= Valor Presente Líquido

FC = Valores do Fluxo de Caixa

i = taxa de desconto a ser definida / TMA (taxa mínima de atratividade)

j = período

I = Investimento Inicial

Entretanto, a viabilidade de uma empresa não a torna o melhor investimento a ser feito. Deve-se levar em consideração ainda o período em que o capital será recuperado e também se o esforço realizado compensa os ganhos auferidos pelo negócio.

O período de recuperação de capital ou *payback* demonstra em quanto tempo o investimento inicial será pago. Para isto, devem-se estimar as entradas líquidas de caixa e, com base nos fluxos de caixa mensal da instituição por cenário (pessimista, realista e otimista) comparar ao investimento inicial realizado. Esse fluxo de caixa que para SALIM *et al* (2005, p. 189) traduz-se como sendo:

“(...) a evolução das entradas e saídas de recursos financeiros da empresa ao longo do tempo de forma a visualizar, a cada momento, a disponibilidade líquida do caixa e verificar se os desembolsos futuros poderão ser efetuados nas datas previstas.”

Para realizar o cálculo do *payback*, segue-se a fórmula abaixo:

$$Payback = \frac{I}{FC_t}$$

I = Investimento total efetuado

FC_t = Fluxo de caixa líquido total

O valor calculado pela fórmula apura o período necessário para que o valor do investimento inicial seja coberto pelos fluxos de caixa líquidos. Esse valor é importante, pois identifica em quanto tempo se obterá o retorno do valor inicial investido, podendo também ser analisado em diferentes cenários.

No ponto de equilíbrio são superados todos os custos envolvidos com a produção do produto/serviço. No momento em que esse ponto é atingido, a quantidade produzida e a receita recebida pelas vendas se igualam aos custos fixos e variáveis de produção. De forma a ilustrar o conceito de ponto de equilíbrio, SALIM *et al* (2005, p. 108) o traduz como “(...) o nível de vendas no qual a receita iguala a soma dos custos fixos mais os custos variáveis, ou seja, no qual o lucro é zero.”

Outro item a ser aplicado é a taxa interna de retorno. O objetivo do mesmo segundo PEREIRA, 1995, p. 197 é:

“(...) calcular a taxa interna de retorno (TIR) de um projeto de investimento de capital é justamente o de determinar qual será o retorno, em termos da rentabilidade, que este irá oferecer em se considerando as entradas de caixa geradas e o investimento demandado pelo projeto.”

Para isso, deve-se projetar um fluxo de entradas de caixa a valor presente sobre o valor do investimento inicial e após comparar com um *benchmark* atual. Com base nisso, é possível verificar um dos primeiros quesitos para se efetivar o empreendimento: vale a pena investir no projeto ou guardar os recursos a uma taxa de remuneração proposta pelos bancos? Isso torna a empresa um bom ou mau negócio e demonstra o resultado esperado com base no esforço proposto. Esse cálculo informa a taxa que remunera o investimento feito inicialmente. A TIR também é utilizada para comparar com a taxa mínima de atratividade do setor.

A partir dos cálculos de *payback*, TIR, ponto de equilíbrio e VPL torna-se possível analisar a viabilidade econômica e financeira da abertura de qualquer empresa. A mensuração dos itens descritos é fundamental para a avaliação do resultado do empreendimento e essencial para o desempenho de suas atividades. Uma organização sem a estruturação correta de suas finanças pode colocar em risco toda a

atividade organizacional e deixa sem planejamento e controle um dos principais itens do negócio: o lucro.

3.4 ADMINISTRAÇÃO, ASPECTOS JURÍDICOS E TRIBUTAÇÃO

Nesse ponto são estudados os quesitos jurídicos, legais, administrativos e tributários em relação ao negócio proposto por esta análise de viabilidade econômica e financeira. Esses aspectos são fundamentais para a abertura de qualquer empresa e têm o objetivo regulamentar a organização e evitar problemas com a fiscalização.

Para PEREIRA (1995, p. 227): “(...) o empreendedor deve informar-se sobre todos os aspectos relativos à abertura de uma empresa, para não se surpreender com os entraves burocráticos (...)”. A partir desse ponto devemos começar a tratar dos aspectos legais e tributários da instituição. Decidir a personalidade da pessoa jurídica influenciará todo o restante da tomada de decisões e estratégias por parte da empresa.

Inicialmente, deve-se registrar a instituição na Junta Comercial do Estado. Para esse empreendimento, será efetuado o registro de firma individual. “(...) é constituída por uma única pessoa, responsável individual e ilimitadamente pelos atos da empresa”, PEREIRA (1995, p. 230).

O capital inicial será todo o recurso necessário para a aquisição dos equipamentos da empresa e locação, reforma e investimentos. Além do registro da empresa, devem-se providenciar os registros necessários para cada atividade desempenhada pela organização. Os alvarás de funcionamento para o caso da casa noturna:

- a) Alvará de funcionamento - documento fornecido pela Prefeitura que autoriza a abertura e funcionamento da instituição;
- b) Alvará de vigilância sanitária - documento, também fornecido pela Prefeitura municipal que autoriza o comércio de produtos alimentícios como bebidas;
- c) Vistoria das condições de segurança e proteção contra incêndio efetuada pelo Corpo de Bombeiros - este documento é fornecido após ser dada entrada junto ao Corpo de Bombeiros o qual verifica as condições do local onde serão

executadas as atividades, tendo como parâmetro sistema contra incêndio, itens de segurança obrigatórios e demais itens que permitam a saída do local em caso de emergência com tranquilidade e bom escoamento.

Após a concessão dos registros e permissões dos órgãos responsáveis, faz-se necessária a verificação dos itens de tributação que se enquadram à instituição.

A opção pelo Simples melhora a forma de tributação e a tornar mais vantajosa para as empresas que recém iniciam as suas atividades no país. Segundo a Lei Complementar nº 139 de 10.11.2011, capítulo II, art. 3º, parágrafo II: “no caso da empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais)”.

O Simples - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, é um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido, aplicável às pessoas jurídicas consideradas como microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), nos termos definidos na Lei nº 9.317, de 5/12/1996, e alterações posteriores, estabelecido em cumprimento ao que determina o disposto no art. 179 da Constituição Federal de 1988. Constitui-se em uma forma simplificada e unificada de recolhimento de tributos, por meio da aplicação de percentuais favorecidos e progressivos, incidentes sobre uma única base de cálculo, a receita bruta. (fonte: www.receita.fazenda.gov.br)

Através da elaboração do planejamento dos fluxos de caixa da empresa é possível enquadrar a personalidade jurídica e fazer uso do benefício concedido às micro e pequenas empresas.

Portanto, para melhor trabalhar com a tributação brasileira neste início de atividade, a opção pela tributação Simples, conforme tabela do Anexo I, será a forma mais vantajosa para o empreendedor desempenhar suas atividades, obtendo assim maior retorno líquido de seu faturamento durante o exercício da empresa.

3.5 RECURSOS HUMANOS

A empresa terá apenas um sócio administrador, pois dessa forma, pode-se ter maior controle sobre as atividades da empresa. Outra questão a ser desenvolvida é a contratação dos funcionários responsáveis pelo caixa da empresa. Por questão de segurança, será utilizada a contratação tradicional. Esses empregados terão vínculos diretos com a empresa e auxiliarão em diversas atividades dentro da organização. Por entender que os colaboradores fazem parte diretamente da atividade fim da instituição, eles serão contratados e mantidos com contrato de trabalho e vínculo empregatício conforme as leis estabelecidas pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

Os colaboradores envolvidos com o empreendimento como os seguranças, o DJ e eventuais outras contratações serão terceirizadas. Por entender que os mesmos não necessitam rigoroso acompanhamento sobre as suas atividades. Essa forma se apresenta como a mais simples de controle sobre os mesmos. Assim, a empresa se desonera do pagamento ao INSS (Instituto Nacional do Seguro Social), seguros contra acidentes, horas extras e FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço), cabendo à empresa contratada o pagamento desses impostos. É importante ressaltar que a empresa terceirizada deve estar de acordo com a legislação vigente, mantendo os pagamentos de encargos dos funcionários em dia, não trazendo risco à instituição quanto a danos e processos trabalhistas. O bar da casa noturna será locado à empresa terceirizada. Por entender que os custos iniciais do empreendimento se tornam muito altos e que a locação da área reservado à venda de bebidas gera retorno e dá fôlego financeiro à empresa, essa será a estratégia utilizada pela organização. A partir disso, os recursos repassados pelo locatário são utilizados como renda fixa auferidos pelo investimento inicial na casa.

A remuneração dos funcionários contratados pela organização será composta por um básico fixo (remuneração tradicional). O dinheiro será um dos fatores de incentivo para os funcionários conforme os preceitos da escola administrativa clássica.

Outra forma de remuneração utilizada como modelo de incentivo é a Participação nos Lucros ou Resultados. De acordo com a Lei nº 10101, de 19 de dezembro de 2000, essa remuneração terá seu padrão de mensuração dos resultados transparente e os

critérios serão estabelecidos em conjunto com os colaboradores. O importante desta remuneração é o fato de não ser considerada salário, não incidindo assim demais encargos trabalhistas como FGTS e INSS, tornando-a um exemplo de remuneração atraente e impulsora de resultados. Um dos itens a serem observados deve ser a distribuição dessa remuneração a qual não pode ser em um período inferior a seis meses e mais que duas vezes no mesmo ano civil, para que a mesma não se configure como salário e incida tributos e encargos trabalhistas.

A partir dessas informações, é possível estabelecer um plano de contratação e uma forma de remuneração dos empregados. Os corretos pagamentos dos encargos dos funcionários além de ser um fator de incentivo e que melhora o desempenho dos empregados, é um ponto que deve ser cumprido com rigor a fim de evitar multas e processos trabalhistas os quais trazem prejuízo a qualquer organização.

De posse dos conceitos apresentados até essa etapa do trabalho, torna-se possível, a partir desse momento, realizar as projeções de custos, orçamento e faturamento, pesquisa de mercado e a análise de viabilidade econômica e financeira para a implantação da casa noturna na cidade de Porto Alegre.

4. AVALIAÇÃO DO PROJETO DE VIABILIDADE

A partir desse momento, foram desenvolvidas as etapas de análise de viabilidade econômica e financeira desse projeto. O objetivo desse capítulo é desenvolver essa avaliação de maneira prática a partir dos conceitos apresentados no referencial teórico.

É perceptível que alguns investidores têm dúvidas quanto aos documentos e a forma de enquadrar seu empreendimento dentro da legislação brasileira que rege a respeito das normas e diretrizes sobre o funcionamento das empresas.

Entretanto, diversas instituições como SEBRAE¹, BNDES², BRDE³ e sindicatos assistem esses novos empreendedores na sua nova jornada de investimento, dedicação e trabalho. Dessas organizações, algumas auxiliam de forma financeira,

¹ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

² Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social

³ Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul

outras sob a forma de consultoria, na prestação de serviços, atendimento a dúvidas e questionamentos. Estão entre os serviços prestados: auxílio a dúvidas quanto a processos trabalhistas, contratação de funcionários, planejamento financeiro da nova empresa, decisões de investimento e etc.

De maneira dinâmica, esses serviços são prestados pessoalmente, através de palestras, cursos à distância ou presencial e também, de forma gratuita, disponibilizada através de seus endereços eletrônicos na internet.

Essa etapa do trabalho ilustra, sob a luz do referencial teórico apresentado, a análise prática das questões legais, tributárias e jurídicas. Contempla a análise econômica e financeira levando em consideração a mensuração do *payback*, o valor presente líquido, os fluxos de caixa, o ponto de equilíbrio e o Demonstrativo de Resultado do Exercício. A partir dos conceitos apresentados durante este texto e com o auxílio dos órgãos parceiros como SEBRAE, BNDES e BRDE, foi possível realizar a análise de viabilidade econômica e financeira para a implantação de uma casa noturna em Porto Alegre, levando-se em consideração os preceitos legais e a legislação vigente durante o processo de levantamento de dados e mensuração dos resultados.

Por entender que criação da personalidade jurídica, bem como o enquadramento da mesma na legislação brasileira são essenciais para a análise de qualquer projeto, esses serão os primeiro itens a serem desenvolvidos nessa etapa.

4.1 DOCUMENTAÇÃO E QUESITOS ADMINISTRATIVOS

Um dos pontos apresentados durante trabalho leva em consideração os documentos necessários e às questões burocráticas a serem tratadas a respeito da dos sócios, da empresa e também sobre o enquadramento da organização sob o modelo de micro, pequena empresa, firma individual e etc.

A questão relativa aos alvarás de saúde, de funcionamento da casa noturna e do corpo de bombeiros também foram verificados e constam neste trabalho. Os documentos são imprescindíveis para o funcionamento da empresa e, geralmente, levam em torno de 90 dias para ficarem prontos (levando em consideração desde o projeto, a adequação da casa e a liberação dos alvarás).

Segundo o site do SEBRAE/RS (<http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/7-passos-para-abrir-minha-empresa>) e de acordo com os dados e documentos necessários para a abertura da empresa encontrados no *site* da Prefeitura de Porto Alegre e também demandados no órgão de registro da Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul, podemos listar os itens a serem seguidos e documentos a serem levados e preenchidos pelos órgãos responsáveis:

4.1.1 Definição do empresário

Empresário: é a pessoa que trabalha no comércio ou com serviços não intelectuais, ou seja, que não dependam de graduação superior para seu desempenho. O seu registro é realizado na Junta Comercial – conforme publicação no site sebrae-rs.com.br.

4.1.2 Tipos de participação

O sócio administrador é aquele que efetivamente desempenha funções dentro da empresa e é responsável pela administração da mesma. Recebe pró-labore, assina e responde legalmente pela Pessoa Jurídica (empresa). Todos os sócios podem ser administradores ou não. No caso de nenhum dos sócios desempenharem essa função, um terceiro deverá ser nomeado Administrador, sendo que o Contrato Social deverá constar essa situação. Visto que muitos empreendedores não possuem o conhecimento e nem a formação para tal atribuição, recomenda-se que seja efetuada tal contratação, pois esse profissional é quem fará a gestão executiva da organização sob o ponto de vista financeiro e administrativo. (fonte: sebrae-rs.com.br).

4.1.3 Nome fantasia

Esse nome é criado para a empresa e é através do mesmo que será conhecida no mercado. O nome fantasia serve também para identificar e distinguir seus produtos e serviços de outros já existentes no mercado. Pode ser também uma marca,

devidamente registrada e protegida no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial).

4.1.3.1 Nome empresarial

No caso de empresário individual, será adotado o nome civil do titular. Esse nome pode ser por extenso ou abreviado, não podendo abreviar o último sobrenome, nem excluir qualquer dos componentes do nome. Não constituem sobrenome: Filho, Júnior, Neto, Sobrinho etc. Caso o empresário possua um nome bastante comum, poderá utilizar uma partícula que o diferencie, como um apelido ou a definição da atividade.

Na Sociedade Empresária Ltda., o nome empresarial é constituído por uma Razão Social ou por uma Denominação Social.

A razão social é o nome civil completo ou abreviado de um dos sócios, acrescido de "& companhia", ou "& CIA", para indicar a existência de outros sócios, além da palavra "limitada", por extenso ou abreviada. Pode também ser composta pelo sobrenome de mais de um dos sócios. Ex: Antonio Ribas de Oliveira & Cia. Ltda.; Oliveira & Cia. Ltda. Oliveira & Irmãos Ltda. Oliveira, Murici & Santos Ltda. Já a denominação social é composta por uma expressão de fantasia ou termo criado pelos sócios, pelo objetivo social da empresa (atividade) acrescido ao final a palavra "limitada", abreviada ou por extenso. Ex: Beta Merceria Ltda.; Lancheria Alfa Ltda.; Antonio Oliveira Padaria Ltda. Lembramos que o nome empresarial não pode incluir ou reproduzir sigla ou denominação de órgão público da administração direta, federal, estadual ou municipal, bem como de organismos internacionais.

No caso de Sociedade Simples, o nome deve utilizar os mesmos princípios da Sociedade Empresária Ltda. para a sua formação, podendo ser Razão ou Denominação Social, mas devendo incluir a expressão Sociedade Simples ou S/S antes da expressão LTDA. Ex: Psico Serviços de Psicologia Sociedade Simples LTDA.

O nome da casa noturna ainda não está definido, e nesse projeto a empresa apresenta somente um sócio, sendo esse considerado empresário individual.

4.1.4 Capital social

O capital social é a primeira fonte de recursos da empresa em moeda corrente. É o valor que a empresa utiliza para iniciar suas atividades e enfrentar suas primeiras despesas, como compra de equipamentos, matéria-prima, instalações, divulgação e etc.

4.1.5 Atividades

Uma empresa pode ter tantas atividades quantas quiser. Alguns setores, como por exemplo, os serviços de turismo, não podem trabalhar com mais de um ramo de atividade. Tudo depende da legislação específica existente. Assim, é necessário especificar exatamente qual a atividade desenvolvidas pela empresa. O ramo de atividade para este caso é a prestação de serviços.

4.1.5.1 Prestação de serviços

São empresas que prestam serviços, tanto para pessoas físicas, quanto jurídicas. As atividades da empresa são definidas pelo CNAE (Código Nacional de Atividade Econômica). Esses códigos podem ser definidos e consultados na página do CNAE na *Internet*.

4.1.6 Documentos

- a) Cópia autenticada do registro geral (RG) e do cadastro de pessoas físicas (CPF) do titular, no caso de Empresário Individual, ou do(s) sócio(s)–administrador (es), em caso de Sociedade. (Também são aceitas cópias de documentos de conselhos profissionais e carteiras de habilitação. Autenticada significa que a cópia do documento deve ter o reconhecimento de algum cartório ou tabelionato).

- b) Cópia do comprovante de endereço da empresa. Este documento será utilizado para a emissão do Alvará de Funcionamento.

Quanto aos alvarás, levando em consideração à atividade da empresa, serão necessárias as seguintes licenças para o funcionamento:

- a) Alvará de Ponto de Referência - é aquele onde a empresa utiliza o endereço residencial de um dos sócios ou do titular da empresa individual, apenas como ponto de referência. Este tipo de alvará é frequentemente utilizado por empresas prestadoras de serviço. Importante: o Ponto de Referência serve apenas para recebimento de cartas ou telefonemas, não poderá haver atividades da empresa no endereço. Como comprovante de endereço são aceitas contas de luz, água, IPTU, telefone, contrato de locação do imóvel, dentre outras;
- b) Alvará de Localização e Funcionamento – esse documento é imprescindível para o início de qualquer atividade empresarial na cidade de Porto Alegre. Antes de iniciar a locação do imóvel e às instalações e reformas, o empresário deve solicitar essa licença para a Prefeitura, pois no documento consta a liberação da realização da atividade no local escolhido. Pode-se obter em caráter provisório o alvará de funcionamento. Esse dá direito ao empreendedor de realizar as atividades da empresa enquanto é concluída a regularização do estabelecimento. Após serem corrigidas as irregularidades, o alvará definitivo é liberado. O vencimento da licença é anual;
- c) Alvará de Saúde – devido ao fato de haver a manipulação de alimentos por parte do bar da casa noturna, se faz necessário esse documento para que tal atividade seja realizada dentro da Lei Municipal. O alvará de saúde é liberado pela SMS (Secretaria Municipal de Saúde). A licença pode ser emitida em caráter provisório e a definitiva tem validade de um ano;
- d) PPCI (Plano de Prevenção e Proteção Contra Incêndio) – o documento é liberado pelo Corpo de Bombeiros e é essencial para o funcionamento de qualquer atividade com aglomeração de pessoas. Para a emissão do alvará, um engenheiro, devidamente credenciado ao CREA (Conselho Regional de

Engenharia e Agronomia), deve elaborar um laudo técnico versando sobre as condições do ambiente onde a atividade será exercida e também relativa aos itens de segurança da casa. A licença leva em torno de 30 dias para ser liberada por definitivo caso não haja inconformidades.

Percebe-se que é imprescindível que esses documentos e todos os equipamentos de prevenção estejam em ordem para evitar gastos desnecessários como aluguel, custos com luz, água e demais gastos administrativos que podem ser evitados enquanto a casa noturna não estiver efetivamente em funcionamento.

Diversas imobiliárias e departamentos podem fazer um acordo para começar a receber os vencimentos somente depois que ocorrer a liberação dos documentos necessários para o funcionamento. Entretanto, caso esse acordo não seja efetuado, é importante ressaltar a urgência na liberação dos alvarás para funcionamento pelo Corpo de Bombeiros. Quanto aos demais alvarás da Prefeitura de Porto Alegre, muitos deles podem ser retirados até mesmo na hora, pois são apenas provisórios e têm poder de permitir que as atividades descritas no documento sejam exercidas.

Reunidos os documentos acima e estipulando a definição de empresa como empresa de pequeno porte, atuando na promoção e organização da casa de festas/eventos e também na atividade de bar e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, a organização começa a tomar forma, tendo como um único sócio como pessoa responsável pela instituição. A empresa aberta deverá realizar a abertura de seu CNPJ⁴ junto à Receita Federal onde colocará o tipo de serviço prestado conforme acima citado nos campos determinados para tal. Após esses procedimentos é necessária a inscrição na Junta Comercial para emissão dos documentos e também finalização dos demais procedimentos burocráticos.

É necessária a inscrição do local físico da empresa junto aos documentos, tornando assim imprescindível ter ao menos uma noção da localização prévia do imóvel onde serão realizados as festas e *shows*. A partir disso, se faz necessário que antes de entregar todos os documentos para a inicialização dos processos administrativos e

⁴ Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

burocráticos de constituição da empresa, tenha-se uma prévia dos possíveis locais a estabelecer como ponto comercial da casa noturna.

4.2 ANÁLISE DE DADOS

A pesquisa de mercado foi realizada para que pudessem ser definidos os perfis dos jovens que saem durante as noites para festa em Porto Alegre. A amostra com 266 pessoas teve a intenção de avaliar os hábitos de consumos dos jovens da região, os valores gastos com ingressos e consumo dentro das casas noturnas. O estilo musical para a nova casa noturna e a localização da mesma também foram verificados durante o questionário.

Essa pesquisa buscou, através de um método quantitativo, mensurar essas respostas de forma a definir estas preferências com o público. O questionário foi aplicado através de mídias sociais, pois dessa forma, foi possível contatar mais facilmente o público jovem para qual a casa noturna está focada. O Anexo II demonstra quais questões foram propostas ao público e o Anexo III ilustra as respostas obtidas através desta pesquisa.

No âmbito da pesquisa, o público de interesse para a casa noturna estabeleceu-se na faixa dos 18 aos 35 anos. A maior parte do público ficou na faixa de 22 e 25 anos (50%) e também entre 18 e 21 anos (28%). 48% das pessoas que responderam a pesquisa são homens e 52% são mulheres. Em sua maioria são pessoas solteiras e dispõem de uma renda individual bruta de até R\$ 1.000,00 (40%), 20% recebem entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00. Entretanto, percebe-se que esses jovens, pelo poder aquisitivo, não seriam tão frequentadores de festas à noite se não fosse a renda familiar composta em sua maioria (34%) por valores acima de R\$ 10.000,01.

Um das questões definidas para o público foi quanto à melhor localização para essa nova casa noturna. Dividida por regiões e bairros, as áreas foram sugeridas e expostas aos participantes conforme abaixo:

- Zona 1 composta pelos bairros: Centro e Cidade Baixa;
- Zona 2 composta pelos bairros: Navegantes e São Geraldo;

- Zona 3 composta pelos bairros: Cristo Redentor, Lindóia e Vila Ipiranga;
- Zona 4 composta pelos bairros: Vila Assunção, Cristal e Tristeza;
- Zona 5 composta pelos bairros: Independência e Moinhos de Ventos.

Realizada a votação pelos locais conforme preferência, escalonando de 1 a 5, pôde-se chegar à conclusão de que a Zona 5, seguida pela Zona 1, são as de maior interesse para o público, tornando assim o local de enfoque para o estabelecimento da nova casa noturna. Os locais que mais receberam rejeição foram as Zonas 4, 2 e 3, respectivamente, nesta ordem.

Outras questões foram levantadas ao público de forma a identificar com qual frequência os mesmo vão a esses lugares. A maioria dos jovens escolheu a opção de até 1 vez por mês (38%), seguido de até 2 vezes por mês, com 23% das escolhas do público. Em relação aos dias da semana, sábado e sexta-feira, são respectivamente os dias da preferência do público.

Em relação aos gastos com entrada, bebidas e outros custos envolvidos, a maior parte do público informou que gasta até R\$ 50,00 nas festas, e paga por ingresso até R\$ 30,00. A segunda maior opção escolhida dentre os itens foi o gasto de R\$ 50,01 até R\$ 100,00 por festa, seguido por valor de ingresso/entrada de R\$ 30,01 até R\$ 50,00. Com base nessas informações pode se ter uma ideia de quanto o público deste ambiente esta disposto a gastar para frequentar as festas e casas noturnas da cidade de Porto Alegre. Percebe-se também o valor dispendido com o consumo de bebidas e outros dentro das casas da região.

As informações levantadas são de extrema importância visto que assim pode-se realizar um planejamento orçamentário com a demanda prévia com base nos valores acima informados e também visualizar, com uma maior precisão, os fluxos de caixa conforme os ambientes previstos. Entretanto, é preciso ter ciência de que os dados sofrem distorções e que, apesar desta amostra de pessoas terem demonstrado tais preferências, existem outros valores e recomendações apontados pelo público.

De forma a auxiliar na escolha do estilo musical, o ambiente interno e inclusive as acomodações do local, na pesquisa o público indicou sua preferência de música a ser escutada nesta nova casa noturna. O estilo de música eletrônica, seguido pelo *pop*

rock indicou serem as preferências. É importante salientar que estes estilos musicais acima possuem grande diferença entre um e outro, tornando difícil a conciliação de ambos em um único ambiente. Com o objetivo de tornar a casa noturna deste projeto um local diferenciado, tanto o mobiliário, a iluminação e o estilo da casa interno e externo, são itens de destaque e que devem conciliar com o local a torná-lo um espaço único.

Outra informação importante levantada com a pesquisa foi relativa aos hábitos de consumo dentro das festas. Dentre as opções destacadas pelo público relativo ao consumo de bebidas estão: cerveja, água, vodka e energético, especificamente nesta ordem. Isso auxilia nas escolhas das bebidas do bar. Entretanto, não significando a inexistência das demais. Isso somente faz com que estas destacadas sejam os itens de “classe A” dentro do portfólio de produtos negociados pelo bar da casa noturna.

As últimas questões levantadas ao público foram relativas às suas preferências e prioridades dentro de uma casa noturna. Questões como a organização da festa até a existência ou não de camarotes foram colocadas para os jovens e essas auxiliaram no estabelecimento da quantidade de empregados para o atendimento, a alocação da casa noturna e o tamanho da mesma.

De maneira geral, percebe-se que os frequentadores das casas noturnas levam em consideração o estilo da casa, o nível de público que frequenta o local, a organização e a higiene do espaço. Apesar dessas questões serem relativamente óbvias, nota-se que muitas casas não dão a devida atenção para esses itens, levantados como essenciais para o público frequentador.

No entanto, a presença de camarotes foi levantada como item menos relevante no ambiente da casa, erro que muitas casas cometem ao enumerar diversos espaços e ambientes para a colocação destes locais. Ao invés de trabalhar com camarotes e/ou colocar preços altos de entradas para estes ambientes, o contrário do pensamento do público, os empresários deveriam escolher ambientes maiores e não realizar a superlotação das casas. Assim, seria possível ter um ambiente menos lotado, com um público mais fiel e satisfeito.

Quanto à existência ou não de estacionamento junto à casa noturna, esse item não demonstrou uma clara preferência. Visto que 30% informaram ser um item de muita

importância e 22% não. A partir dessa informação, uma solução que poderia ser atribuída a essa questão seria a realização de um convênio com estacionamentos próximos ao local. Essa opção agradaria tanto os frequentadores que não utilizam carro, e que não gostariam de ter que pagar mais caro pelo seu ingresso por conta disso, e também, às pessoas que vão com seu próprio carro para a festa e não têm interesse em deixar seus veículos na rua.

Outro ponto importante destacado é em relação a comidas e alimentos servidos no local. A grande maioria das pessoas que responderam a pesquisa informou que não fazem questão deste tipo de produto na casa. Assim, faz com que não seja necessário o estabelecimento de uma cozinha no ambiente da festa, tornando mais aproveitável o espaço a ser utilizado pelo bar e conseqüentemente pelo ambiente da casa noturna.

4.3 ORÇAMENTO E CUSTOS DE EQUIPAMENTOS E MATERIAIS

A partir das preferências do público levantadas através de pesquisa quantitativa, é demonstrada proposta orçamentária inicial para a instalação dos equipamentos essenciais para o funcionamento da casa noturna. As reformas que venham a ser necessárias para a abertura do local foram projetadas dentro dos preceitos legais e condições exigíveis pela legislação vigente.

Além de contemplar os quesitos básicos como itens de segurança, iluminação, computadores, equipamentos de som, a previsão orçamentária também prevê reformas e adaptações referentes ao ambiente, acomodações e *design* da casa noturna.

Os orçamentos foram realizados com pelo menos três empresas diferentes de cada setor, contemplando os equipamentos eletrônicos de áudio, iluminação e climatização da casa, buscando sempre o menor preço para cada item individualmente. Por questões estratégicas, não foi exposto nesse trabalho os custos envolvidos com sistemas de gestão da empresa. Não consta também a utilização de sistemas informatizados, como “comandas” eletrônicas. O uso desse tipo de sistema pode gerar atraso no cadastramento dos frequentadores e possibilita a inadimplência por parte dos mesmos dentro do ambiente festivo, visto que somente realizam o pagamento na saída das casas noturnas, após terem consumido.

A partir das informações do anexo IV, pode-se observar o resumo dos itens elencados conforme a categoria. Entre elas estão: iluminação, som e climatização e os itens de segurança e estrutura. Esses itens destacados foram selecionados de acordo com as condições do local e estrutura onde será implantada a casa noturna. Os equipamentos escolhidos e os valores orçados são condizentes com os valores de mercado conforme orçamentos propostos pelos locais de compra. Os anexos V e VI descrevem, analiticamente, os itens de iluminação e de som e climatização, respectivamente.

O melhor orçamento, destacado no anexo IV, foi selecionado a partir dos itens de menor preço propostos dos anexos V e VI. Dessa forma, pôde-se obter o menor custo nos equipamentos e instalações para o funcionamento do negócio. Os valores expostos no anexo IV, referente aos Itens de estrutura e segurança, foram mensurados e estipulados de acordo com locais de atendimento especializados e devido a isso, não foram expostos valores analíticos. Entretanto, os custos orçados previstos estão dentro dos valores de mercado.

A partir dos valores necessários de investimento inicial que contemplam: aquisição dos itens de segurança, reforma do local, equipamentos básicos para o funcionamento da empresa, e demais gastos envolvidos, pôde-se organizar e projetar os custos iniciais para análise de viabilidade financeira e econômica para a implantação da casa noturna.

4.4 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O planejamento financeiro foi projetado a partir do faturamento previsto de acordo com o porte do local escolhido como ambiente da festa. O anexo VIII traz o resumo de 13 possibilidades para a locação e estabelecimento do negócio. De acordo com a preferência do público, demonstrada através do questionário de mercado, a Zona 1, composta pelos bairros Centro e Cidade Baixa foi eleita como a predileta pelo público, seguida pela Zona 5, composta pelos bairros Independência e Moinhos de Vento.

Dentre as opções expostas na Zona 1, o imóvel “e” foi eleito como sendo o melhor local para estabelecer a casa noturna. O ambiente foi visitado e o mesmo comporta a instalação desse tipo de atividade em seu ambiente. Outros itens que justificam essa escolha são: custo do aluguel, localização dentro do bairro, custos envolvidos com reforma, metragem quadrada e demais custos envolvidos. A lotação da casa noturna foi estabelecida a partir da relação de duas pessoas por m². Por tanto, para o ambiente selecionado, que mede 300m², a casa suportaria até 600 pessoas no ambiente. O anexo VIII traz também os valores recebidos do aluguel do bar, dentro da casa noturna, a alíquota de imposto e o valor, em R\$, do imposto dessa locação.

A casa noturna atenderá ao público nas sextas-feiras e sábados durante a semana, o que resulta em até 8 dias de funcionamento no mês. O preço do ingresso para a entrada no local será de R\$ 50,00 por pessoa. A partir desses valores, é possível calcular o faturamento, de acordo com cada cenário. A situação pessimista prevê a lotação máxima da casa, por noite, de 35% em relação à capacidade máxima. O ambiente esperado tem a expectativa de lotação de até 60% e o otimista, de 85%. A partir do número de clientes por noite, o preço dos ingressos e o número de dias de funcionamento no mês, são calculados os faturamentos da casa noturna mensal, conforme demonstrado no anexo VIII, de acordo com cada cenário: pessimista, esperado e otimista.

O anexo VII ilustra, de forma resumida, os custos fixos envolvidos na casa noturna. Os cálculos levaram em consideração a inexistência da gestão do bar e foram estruturados por: despesas administrativas, encargos e salários (onde consta o pró-labore), o aluguel da casa e demais gastos. Através dessa análise é possível perceber o alto custo fixo mensal do negócio. Devido à inexistência da gestão do bar, por parte desse projeto, os custos variáveis não são representativos frente aos demais custos envolvidos e ao faturamento mensal projetado.

4.5 CÁLCULOS DE VIABILIDADE FINANCEIRA

Os cálculos de viabilidade financeira foram embasados a partir dos seguintes conceitos e preceitos básicos: ponto de equilíbrio, valor presente líquido, Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE), *payback* e fluxo de caixa descontado. Os itens analisados auxiliaram na mensuração do resultado da implantação da casa noturna e foram parâmetros para a análise de qualquer negócio ou empreendimento.

A casa noturna possui o custo inicial de investimento total no valor de R\$ 66.946,00. O recurso utilizado é de terceiros, na seguinte condição: taxa de juros mensais de 1,24% a.m. em 120 meses. O prazo foi de 10 anos para pagamento é devido a questões estratégicas do investidor. Os parâmetros utilizados foram embasados a partir de linha de crédito disponível no banco "X" para clientes com relacionamento bancário.

A partir dos parâmetros como as taxas de juros, o faturamento, o saldo devedor e os custos fixos, foi possível ilustrar, conforme anexo IX, o resumo das premissas para a análise da evolução dos vencimentos em relação ao saldo devedor da casa noturna de acordo com cada cenário. Pode-se perceber, através do gráfico do anexo X, a involução do saldo devedor até o momento da mudança para o saldo positivo no cenário pessimista.

O anexo XI trata dessa evolução no cenário esperado e o anexo XII ilustra o cenário otimista. É perceptível a diferença na evolução de cada ambiente simulado. Os parâmetros e os percentuais envolvidos em cada uma das prospecções são diferentes. Entretanto, em nenhum deles pôde-se constatar a permanência, pelo período maior que dez meses, de saldo negativo. Os cálculos de amortização da dívida foram calculados da seguinte maneira: amortização da dívida a partir do pagamento das prestações do crédito e amortização extraordinária, no valor de 50% do capital de giro líquido, gerado pela subtração do Passivo Circulante e dos impostos do faturamento bruto mensal.

No entanto, mesmo com a diferença nos ambientes, gerado pela alteração no número de ingressos vendidos, é possível visualizar uma promissora evolução em cada cenário.

O anexo XIII ilustra, de forma condensada, os números do Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) da casa noturna. Levou-se em consideração as vendas realizadas a vista (d+0) e as vendas a prazo (d+30), operadas através de cartão de crédito. Respectivamente, no primeiro item, projetou-se o valor de 30% em relação às vendas brutas. As operações realizadas através de cartão somam o restante dos 70%. Visto que existem custos envolvidos com as vendas a prazo, descontou-se 5% sobre as operações a crédito, sendo esse o único custo variável no projeto de implantação da casa. A partir da análise do DRE, foi possível visualizar o resultado final do empreendimento. Mesmo com custos fixos altos e baixa venda de ingressos, como simulado no cenário pessimista, os lucros auferidos pelo negócio justificariam os custos envolvidos com o investimento inicial e manutenção da casa.

A análise do *payback* da casa noturna é demonstrada no anexo XIV. O documento ilustra a involução do valor inicial do investimento a partir de “amortizações” do lucro líquido mensal auferido pelo DRE, disposto no anexo XIII. Através desse cálculo é mensurado, de maneira simples, o período necessário para a recuperação do capital inicial investido no projeto. Percebe-se que, mesmo para os diferentes cenários, o empreendimento é viável e torna-se lucrativo com o passar dos meses. O anexo em questão também ilustra e compara, de acordo com os cenários, a evolução dos lucros líquidos de caixa de cada ambiente, o que torna possível acompanhar o período de evolução de cada deles.

A mensuração do ponto de equilíbrio em um projeto é de extrema importância. Ter ciência de em que momento o empreendimento começa a dar resultados positivos e cobre os custos fixos e variáveis é de grande valia ao empreendedor. Os anexos XV, XVI e XVII demonstram, de acordo com cada cenário, o cálculo e o gráfico do acompanhamento do ponto de equilíbrio. Visto que é uma empresa que possui altos custos fixos comparados aos custos variáveis, é perceptível a diferença nas curvas desses valores em cada ambiente, seja ele pessimista, esperado ou otimista. Entretanto, a distância entre esses dois pontos tende a se reduzir com o passar dos meses, e essa diferença torna-se muito próxima de zero nos últimos meses do cenário otimista, demonstrando, dessa forma, que os custos fixos são superados pelos variáveis em determinado ponto.

O período que cada cenário necessita para dar retorno sobre os custos totais do projeto é visível através dos anexos. Para o ambiente pessimista, esse tempo necessário se dá próximo ao segundo mês, devido ao faturamento ser menor em relação aos demais cenários. O panorama esperado ilustra essa ultrapassagem dos custos logo após o primeiro mês, e no otimista, esse ponto se dá no primeiro período. Essas análises demonstram a importância de um alto faturamento para o projeto. Não somente para a obtenção do lucro, mas também para a cobertura dos custos de manutenção da casa noturna. A partir disso, é perceptível o motivo de tantas casas encerrarem suas atividades, pois em um ambiente onde não se mantenha uma determinada venda de ingressos, o empreendimento começa a gerar altas despesas para o empreendedor, tornando inviável a manutenção da mesma por um período mais longo.

De acordo com esses cenários, é justificável que um negócio de mesmo ramo de atuação tenha curto período de atuação. Se o nível de atividade cai, ou por não ser mais novidade, ou por perder espaço para a concorrência, a empresa perde o “fôlego” que possui para cobrir esses altos custos fixos mensais, sendo necessário, dessa forma, encerrar suas atividades.

A análise dos fluxos de caixa é um dos itens essenciais para o acompanhamento da saúde financeira de qualquer empresa. Para isso, devem ser consideradas as seguintes premissas básicas nesse trabalho:

- O custo para o capital de giro, quando necessário, possui taxa de 3,5% ao mês;
- A taxa de remuneração do capital, quando houver excedente a ser aplicado, é de 0,5% a.m. líquido;
- A empresa trabalhará com o nível de caixa zero, aplicando todo o excedente das vendas mensais em aplicações financeiras de renda fixa;
- Os vencimentos a vista, compostos por 30% das vendas mensais, serão recebidos em D+0;

- Os vencimentos a prazo, compostos por 70% das vendas mensais serão recebidos em d+30;
- O custo com as vendas mensais é de 5% sobre as vendas a prazo, que seriam os custos da operadora de cartão;
- Os aluguéis serão recebidos em D+0.

A partir das premissas básicas identificadas, é possível analisar, com maior clareza, o andamento do caixa da empresa de acordo com cada cenário, no ano um e no ano dois. É perceptível a necessidade de “fôlego” nos primeiros meses do ambiente pessimista, onde os vencimentos a vista não são suficiente para a cobertura dos custos fixos e variáveis da empresa.

Mesmo nos outros cenários analisados, é possível notar a necessidade de caixa pela empresa no início de suas atividades. Isso acontece, pois a maior parte das receitas auferidas pelas vendas do negócio se dá em D+30 (70% das vendas totais). Essa necessidade de caixa é regularizada rapidamente no ambiente esperado e no otimista. Entretanto, o cenário pessimista deixa clara a necessidade por vendas a vista no início de suas operações.

No entanto, apesar dos fluxos de caixa parecerem comprometedores nos primeiros meses, a longo prazo, o projeto demonstra-se significativamente rentável. É possível analisar cada um dos fluxos de acordo com o cenário e ano através dos anexos XVIII ao XXIII, onde estão demonstradas as premissas básicas e a evolução dos caixas de cada ambiente.

O anexo XXIV analisa e demonstra o cálculo do valor presente líquido (VPL) do projeto de acordo com cada cenário projetado. Essa mensuração é fundamental para a implantação do empreendimento visto que, com um VPL negativo, temos a situação de inviabilidade do mesmo. Ao realizar os cálculos é possível verificar que, independente do ambiente, o projeto torna-se viável. Para essa análise, foi considerada uma taxa mínima de atratividade de 15% a.a. O motivo da escolha desse percentual se dá pelos seguintes fatores:

- Taxa Selic projetada em 12 % a.a.;
- Risco do negócio;

A partir dessas premissas, estipulou-se a taxa em questão a qual se acredita justificar o empreendimento e os riscos envolvidos com o projeto, que possui curto período de atividade e pode tornar-se obsoleto.

CONCLUSÕES

A partir da análise de viabilidade econômica e financeira, da rentabilidade, do fluxo de caixa, do *payback*, do Demonstrativo de Resultados do Exercício e das simulações projetadas, conclui-se que o empreendimento é viável. Os cálculos e as projeções levaram em consideração cada nível de atividade dos ambientes e, apesar das dificuldades encontradas no cenário pessimista, o negócio demonstrou-se viável e rentável após alguns meses de atividade. O desempenho das projeções otimista e esperado demonstraram que a casa noturna é um excelente investimento, tornando-o um ótima alternativa de negócio.

O retorno do projeto demonstrou-se estar dentro do esperado para esse tipo de atividade, e possibilita ganhos acima da taxa livre risco e de outros produtos bancários oferecidos no mercado financeiro. Tendo em vista que a maioria dos investimentos hoje alcança uma rentabilidade próxima dos Certificados de Depósito Interbancário (CDI), a alternativa apresentada por esse projeto supera, em larga escala, os ganhos auferidos por outros investimentos. Dessa forma, é perceptível que empreender na abertura de uma casa noturna, amparado pelas projeções desse trabalho, é uma forma de se obter ganhos acima dos produtos financeiros oferecidos pelos bancos brasileiros atualmente.

Entretanto, apesar dos lucros atrativos e da rentabilidade oferecida pelo projeto, é necessário que seja efetuado o acompanhamento da saúde financeira do negócio de perto. Devido aos altos custos fixos do projeto, principalmente relativos aos gastos em *marketing* e locação, a menor perda no faturamento pode comprometer a estabilidade financeira do empreendimento e gerar prejuízo ao caixa da empresa e conseqüentemente, à atividade organizacional. A inexistência de fôlego financeiro em

uma empresa é sinal de gastos excessivos ou prazos curtos demais dentro do ciclo operacional. O constante resultado desse fluxo de caixa negativo é um dos fatores determinantes para o encerramento das atividades empresariais. A partir disso, faz-se fundamental o acompanhamento do mesmo, seja na implantação desse empreendimento como de qualquer outro projeto.

Portanto, para o empreendedor que tenha interesse em receber atrativos rendimentos com um modesto investimento inicial, a abertura de uma casa noturna na cidade de Porto Alegre é uma alternativa bastante rentável no segmento. Possibilita o retorno do investimento dentro dos primeiros meses de atividade e gera lucro líquido para o empreendedor antes do término do primeiro exercício.

No entanto, o ciclo de vida do negócio deve ser gerenciado constantemente pelo empreendedor. Visto que as casas noturnas, de maneira geral, possuem um curto período de atividade, não ultrapassando em sua maioria, 5 anos de exercício. A partir disso, faz-se necessário o acompanhamento do nível de atividade das vendas do negócio para que se possa adiantar-se à queda do faturamento impedindo, dessa forma, o prejuízo tanto ao caixa da empresa, quanto ao resultado final da organização.

A alternativa final, para muitas empresas desse ramo, quando há queda do interesse do público na frequência da casa noturna, é realizar o encerramento da atividade da mesma. A partir disso, os empresários reabrem o estabelecimento em outro local, ou até mesmo no antigo, com nome e estilo diferentes. Dessa forma o público volta a se interessar pelo ambiente novo disponível na cidade, e o ciclo de vida da empresa reinicia-se. No entanto, quando tal procedimento é realizado, o empreendedor já possui os equipamentos básicos para o funcionamento da casa noturna, o *know-how* e as referências em preços, características dos consumidores locais e o recurso inicial para investir na abertura da nova casa noturna.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rosa. Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma: inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágio, MBA, dissertações, teses/ Claudia Rosa Acevedo, Jouliana Jordan Nohara. – 3. Ed. – São Paulo: Atlas, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2012.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. SHEPERD, Dean A. Empreendedorismo – 7ª ed. – Porto Alegre: Bookman, 2009.

KOTLER e ARMSTRONG. Princípios de marketing – Rio de Janeiro: Editora Prentice-hall do Brasil LTDA., 1998.

PEREIRA, Heito José. Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor. Coordenação de Heitor José Pereira e Silvio Aparecido dos Santos. Brasília: Ed. SEBRAE, 1995.

SALIM et al. – 3ª ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico – 23. ed. rev. e atual. – São Paulo: Cortez, 2007.

SPECTOR, Paul E. Psicologia nas organizações. – São Paulo: Saraiva, 2005.

Yin, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos – 3ª ed. – Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZDANOWICZ, José Eduardo. Planejamento financeiro e orçamento. 4ª edição – Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

ECONOMIA UOL. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/08/27/no-brasil-quase-metade-das-empresas-fecha-em-3-anos-diz-ibge.jhtm>> - Acesso em 11 de junho de 2013.

ESTADÃO. Disponível em: <<http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,quer-ser-um-empresario-da-noite-voce-precisara-matar-o-negocio-em-ate-5-anos-para-sobreviver,2044,0.Htm>> – Acesso em 14 de outubro de 2013.

FOLHA.COM. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/1075601-faturamento-de-casas-noturnas-e-bares-cresceu-15-em-dois-anos.shtml>> - Acesso em 14 de outubro de 2013.

IBQP. Disponível em:

<http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202012.pdf> – acesso em 15 de outubro de 2013.

OCIDENTE. Disponível em: <<http://barocidente.com.br/historia>> - acessado em 15 de outubro de 2013.

RECEITA FEDERAL. Disponível em:

<<http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/DIPJ/2003/PergResp2003/pr112a196.htm>> - Acesso em 11 de junho de 2013.

SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/7-passos-para-abrir-minha-empresa>> - acesso em 3 de novembro de 2013.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO I – ALÍQUOTAS SIMPLES

Alíquotas e Partilha do Simples Nacional - Receitas de Locação de Bens Móveis e de Prestação de Serviços não relacionados nos §§ 5º-C e 5º-D do art. 18 desta Lei Complementar.

| Receita Bruta em 12 meses (em R\$) | Alíquota | IRPJ | CSLL | COFINS | PIS/PASEP | CPP | ISS |
|------------------------------------|----------|-------|-------|--------|-----------|-------|-------|
| Até 180.000,00 | 6,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 4,00% | 2,00% |
| De 180.000,01 a 360.000,00 | 8,21% | 0,00% | 0,00% | 1,42% | 0,00% | 4,00% | 2,79% |
| De 360.000,01 a 540.000,00 | 10,26% | 0,48% | 0,43% | 1,43% | 0,35% | 4,07% | 3,50% |
| De 540.000,01 a 720.000,00 | 11,31% | 0,53% | 0,53% | 1,56% | 0,38% | 4,47% | 3,84% |
| De 720.000,01 a 900.000,00 | 11,40% | 0,53% | 0,52% | 1,58% | 0,38% | 4,52% | 3,87% |
| De 900.000,01 a 1.080.000,00 | 12,42% | 0,57% | 0,57% | 1,73% | 0,40% | 4,92% | 4,23% |
| De 1.080.000,01 a 1.260.000,00 | 12,54% | 0,59% | 0,56% | 1,74% | 0,42% | 4,97% | 4,26% |
| De 1.260.000,01 a 1.440.000,00 | 12,68% | 0,59% | 0,57% | 1,76% | 0,42% | 5,03% | 4,31% |
| De 1.440.000,01 a 1.620.000,00 | 13,55% | 0,63% | 0,61% | 1,88% | 0,45% | 5,37% | 4,61% |
| De 1.620.000,01 a 1.800.000,00 | 13,68% | 0,63% | 0,64% | 1,89% | 0,45% | 5,42% | 4,65% |
| De 1.800.000,01 a 1.980.000,00 | 14,93% | 0,69% | 0,69% | 2,07% | 0,50% | 5,98% | 5,00% |
| De 1.980.000,01 a 2.160.000,00 | 15,06% | 0,69% | 0,69% | 2,09% | 0,50% | 6,09% | 5,00% |
| De 2.160.000,01 a 2.340.000,00 | 15,20% | 0,71% | 0,70% | 2,10% | 0,50% | 6,19% | 5,00% |
| De 2.340.000,01 a 2.520.000,00 | 15,35% | 0,71% | 0,70% | 2,13% | 0,51% | 6,30% | 5,00% |
| De 2.520.000,01 a 2.700.000,00 | 15,48% | 0,72% | 0,70% | 2,15% | 0,51% | 6,40% | 5,00% |
| De 2.700.000,01 a 2.880.000,00 | 16,85% | 0,78% | 0,76% | 2,34% | 0,56% | 7,41% | 5,00% |
| De 2.880.000,01 a 3.060.000,00 | 16,98% | 0,78% | 0,78% | 2,36% | 0,56% | 7,50% | 5,00% |
| De 3.060.000,01 a 3.240.000,00 | 17,13% | 0,80% | 0,79% | 2,37% | 0,57% | 7,60% | 5,00% |
| De 3.240.000,01 a 3.420.000,00 | 17,27% | 0,80% | 0,79% | 2,40% | 0,57% | 7,71% | 5,00% |
| De 3.420.000,01 a 3.600.000,00 | 17,42% | 0,81% | 0,79% | 2,42% | 0,57% | 7,83% | 5,00% |

Fonte: Lei Complementar nº 123/06

ANEXO II – PESQUISA DE PÚBLICO

Pesquisa de Público Casa Noturna

Idade: *

- entre 18 e 21 anos
- entre 22 e 25 anos
- entre 26 e 29 anos
- entre 30 e 35 anos

Sexo: *

- Masculino
- Feminino

Relacionamento Atual *

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Namorando

Renda Bruta Individual *

- Até R\$ 1.000,00
- entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00
- entre R\$ 2.000,01 e R\$ 3.000,00
- entre R\$ 3.000,01 e R\$ 4.000,00
- entre R\$ 4.000,01 e R\$ 5.000,00
- maior que R\$ 5.000,01

Renda Bruta Familiar *

- até R\$ 2.000,00
- entre R\$ 2.000,01 e R\$ 4.000,00
- entre R\$ 4.000,01 e R\$ 6.000,00
- entre R\$ 6.000,01 e R\$ 8.000,00
- entre R\$ 8.000,01 e R\$ 10.000,00
- maior que R\$ 10.000,01

Qual dos locais abaixo seria um bom local para a localização de uma nova casa noturna em Porto Alegre por ordem de preferência sendo 1 como a principal opção e 5 como a de menor importância de opção: *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Zona 1 composta pelos bairros: Centro e Cidade Baixa. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Zona 2 composta pelos bairros: Navegantes e São Geraldo. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Zona 3 composta pelos bairros: Cristo Redentor, Lindóia e Vila Ipiranga | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Zona 4 composta pelos bairros: Vila Assunção, Cristal e Tristeza | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Zona 5 composta pelos bairros: Independência e Moinhos de Ventos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Até quanto você pagaria para ir a uma casa noturna: *

- não pago por ingressos
- até R\$ 30,00
- de R\$ 30,01 até 50,00
- de R\$ 50,01 até R\$ 70,00
- de R\$ 70,01 até 100,00
- entre R\$ 100,01 e 200,00
- acima de R\$ 200,01

Quais das bebidas abaixo você costuma consumir nas casas noturnas que você frequenta (pode escolher mais de uma opção): *

- Refrigerantes
- Água
- Cervejas
- Chopp
- Whisky
- Energéticos
- Vodka
- Coquetéis de Frutas
- Tequila
- Other:

Quantas vezes por mês você costuma frequentar casas noturnas? *

- 1x por mês
- 2x por mês
- 3x por mês
- 4x por mês
- 5x a 7x por mês
- mais de 7x por mês

Quais os dias da semana você costuma frequentar as casas noturnas (pode escolher mais de uma opção): *

- segunda-feira
- terça-feira
- quarta-feira
- quinta-feira
- sexta-feira
- sábado
- domingo

Qual o seu gasto médio (sem o custo do ingresso) nas festas em que você frequenta: *

- até R\$ 50,00
- de R\$ 50,01 até R\$ 100,00
- de R\$ 100,01 até R\$ 150,00
- de R\$ 150,01 até 250,00
- de R\$ 250,01 até R\$ 500,00
- de R\$ 500,01 até R\$ 1.000,00
- mais de R\$ 1.000,01

Até quanto você pagaria para ir a uma casa noturna: *

- não pago por ingressos
- até R\$ 30,00
- de R\$ 30,01 até 50,00
- de R\$ 50,01 até R\$ 70,00
- de R\$ 70,01 até 100,00
- entre R\$ 100,01 e 200,00
- acima de R\$ 200,01

Quais das bebidas abaixo você costuma consumir nas casas noturnas que você frequenta (pode escolher mais de uma opção): *

- Refrigerantes
- Água
- Cervejas
- Chopp
- Whisky
- Energéticos
- Vodka
- Coquetéis de Frutas
- Tequila
- Other:

Quais dos ritmos e músicas abaixo você preferiria escutar nesta nova casa noturna (pode escolher mais de uma opção): *

- Sertanejo Univ.
- Hip Hop/Black
- Rock (Clássico)
- Pop Rock
- Indie Rock
- Pagode
- Samba
- Dance
- Eletrônica

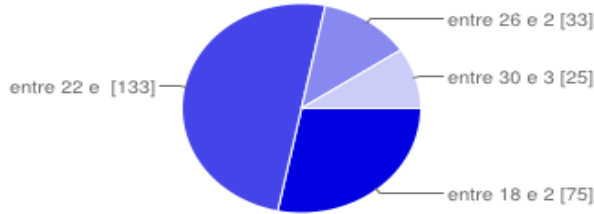
Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante: *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Localização | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Qualidade do som/Músicas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Preço do Ingresso | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Exclusividade da Festa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tamanho do Espaço Físico | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Acomodação/Ambiente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Atendimento | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nível do Público | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Limpeza/higiene | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Organização da festa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Curto Tempo para Atendimento | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tempo de Fila | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Comidas e petiscos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Qualidade das Bebidas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Camarote | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Estacionamento | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Fonte: Google Docs/Elaborado pelo autor

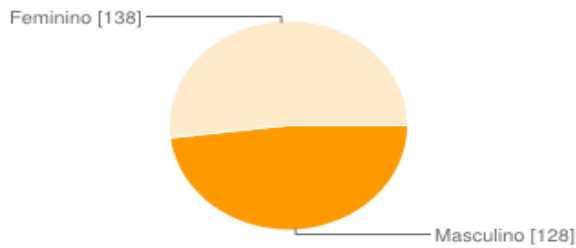
ANEXO III - ANÁLISE DE PESQUISA

Idade:



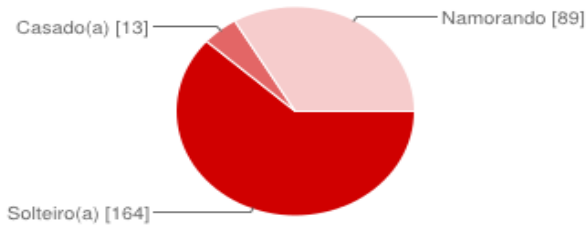
| | | |
|--------------------|------------|-----|
| entre 18 e 21 anos | 75 | 28% |
| entre 22 e 25 anos | 133 | 50% |
| entre 26 e 29 anos | 33 | 12% |
| entre 30 e 35 anos | 25 | 9% |

Sexo:



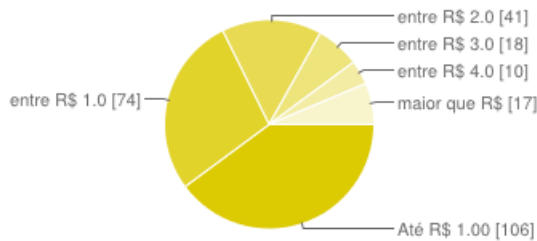
| | | |
|-----------|------------|-----|
| Masculino | 128 | 48% |
| Feminino | 138 | 52% |

Relacionamento Atual



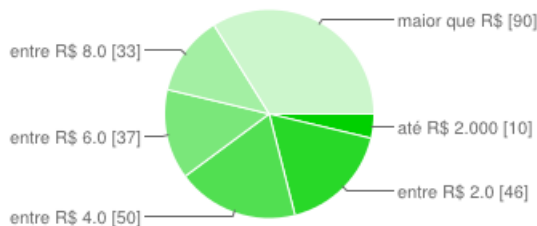
| | | |
|-------------|------------|-----|
| Solteiro(a) | 164 | 62% |
| Casado(a) | 13 | 5% |
| Namorando | 89 | 33% |

Renda Bruta Individual



| | | |
|-----------------------------------|------------|-----|
| Até R\$ 1.000,00 | 106 | 40% |
| entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00 | 74 | 28% |
| entre R\$ 2.000,01 e R\$ 3.000,00 | 41 | 15% |
| entre R\$ 3.000,01 e R\$ 4.000,00 | 18 | 7% |
| entre R\$ 4.000,01 e R\$ 5.000,00 | 10 | 4% |
| maior que R\$ 5.000,00 | 17 | 6% |

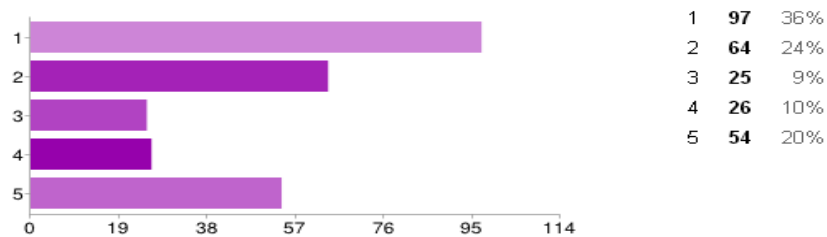
Renda Bruta Familiar



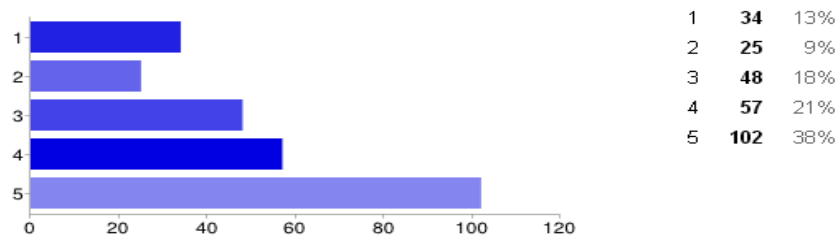
| | | |
|------------------------------------|-----------|-----|
| até R\$ 2.000,00 | 10 | 4% |
| entre R\$ 2.000,01 e R\$ 4.000,00 | 46 | 17% |
| entre R\$ 4.000,01 e R\$ 6.000,00 | 50 | 19% |
| entre R\$ 6.000,01 e R\$ 8.000,00 | 37 | 14% |
| entre R\$ 8.000,01 e R\$ 10.000,00 | 33 | 12% |
| maior que R\$ 10.000,00 | 90 | 34% |

[Qual dos locais abaixo seria um bom local para a localização de uma nova casa noturna em Porto Alegre por ordem de preferência sendo 1 como a principal opção e 5 como a de menor importância de opção:]

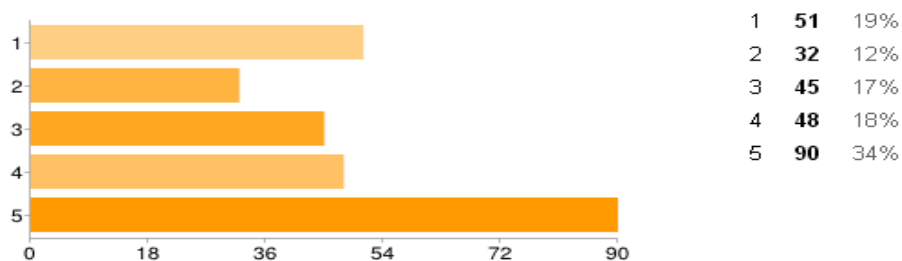
Zona 1 composta pelos bairros: Centro e Cidade Baixa.



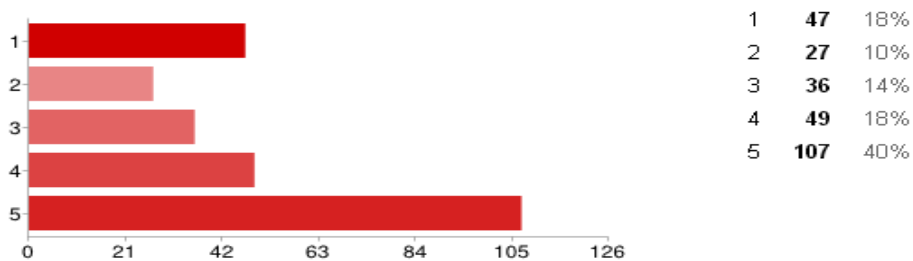
Zona 2 composta pelos bairros: Navegantes e São Geraldo.



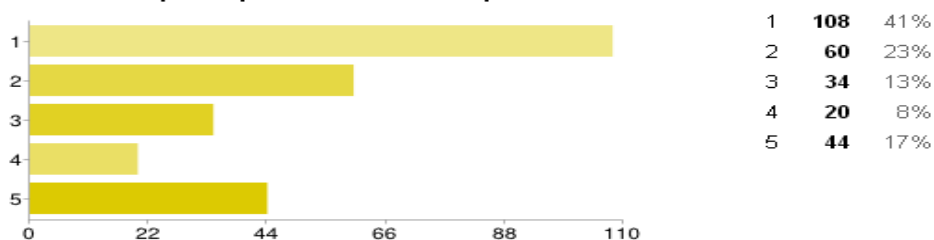
Zona 3 composta pelos bairros: Cristo Redentor, Lindóia e Vila Ipiranga



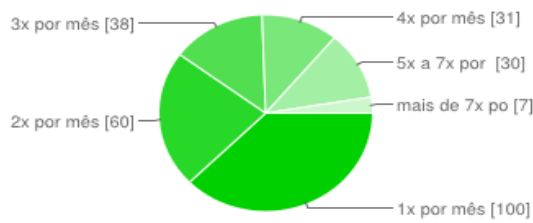
Zona 4 composta pelos bairros: Vila Assunção, Cristal e Tristeza



Zona 5 composta pelos bairros: Independência e Moinhos de Ventos

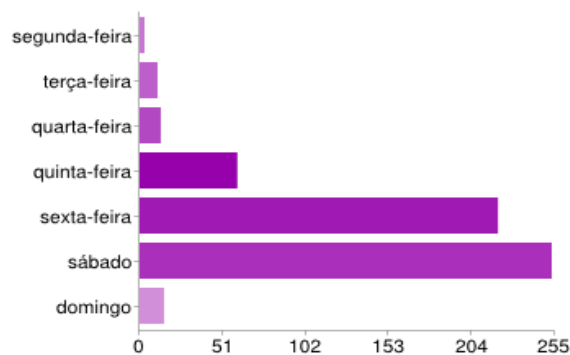


Quantas vezes por mês você costuma frequentar casas noturnas?



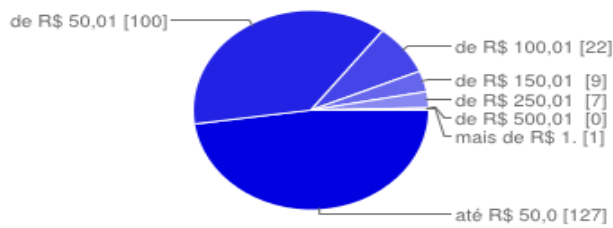
| | | |
|--------------------|------------|-----|
| 1x por mês | 100 | 38% |
| 2x por mês | 60 | 23% |
| 3x por mês | 38 | 14% |
| 4x por mês | 31 | 12% |
| 5x a 7x por mês | 30 | 11% |
| mais de 7x por mês | 7 | 3% |

Quais os dias da semana você costuma frequentar as casas noturnas (pode escolher mais de uma opção):



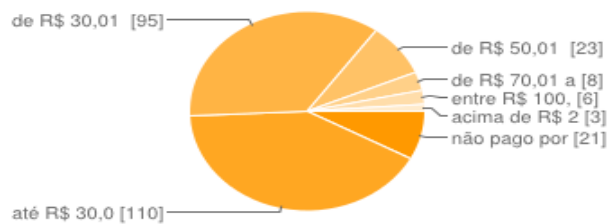
| | | |
|---------------|------------|-----|
| segunda-feira | 3 | 1% |
| terça-feira | 11 | 2% |
| quarta-feira | 13 | 2% |
| quinta-feira | 60 | 10% |
| sexta-feira | 220 | 38% |
| sábado | 253 | 44% |
| domingo | 15 | 3% |

Qual o seu gasto médio (sem o custo do ingresso) nas festas em que você frequenta:



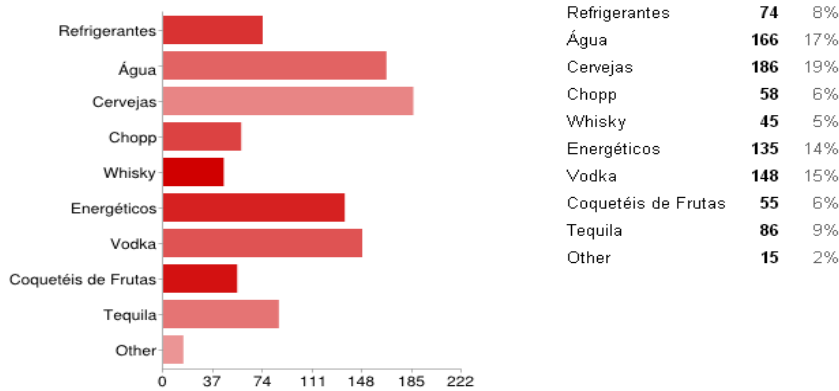
| | | |
|--------------------------------|------------|-----|
| até R\$ 50,00 | 127 | 48% |
| de R\$ 50,01 até R\$ 100,00 | 100 | 38% |
| de R\$ 100,01 até R\$ 150,00 | 22 | 8% |
| de R\$ 150,01 até 250,00 | 9 | 3% |
| de R\$ 250,01 até R\$ 500,00 | 7 | 3% |
| de R\$ 500,01 até R\$ 1.000,00 | 0 | 0% |
| mais de R\$ 1.000,01 | 1 | 0% |

Até quanto você pagaria para ir a uma casa noturna:

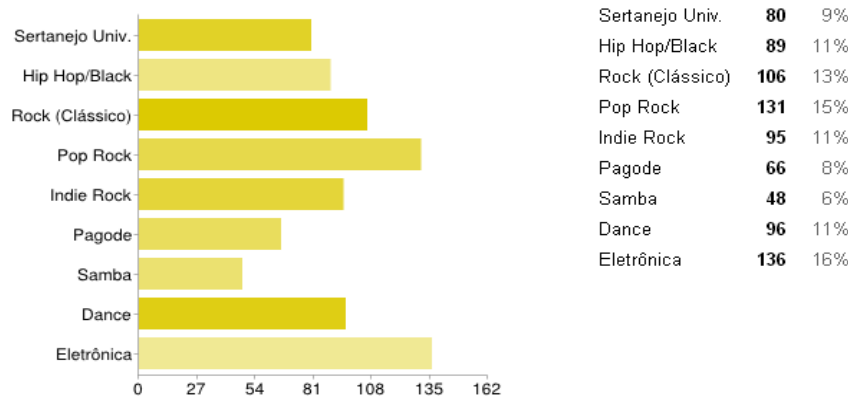


| | | |
|----------------------------|------------|-----|
| não pago por ingressos | 21 | 8% |
| até R\$ 30,00 | 110 | 41% |
| de R\$ 30,01 até 50,00 | 95 | 36% |
| de R\$ 50,01 até R\$ 70,00 | 23 | 9% |
| de R\$ 70,01 até 100,00 | 8 | 3% |
| entre R\$ 100,01 e 200,00 | 6 | 2% |
| acima de R\$ 200,01 | 3 | 1% |

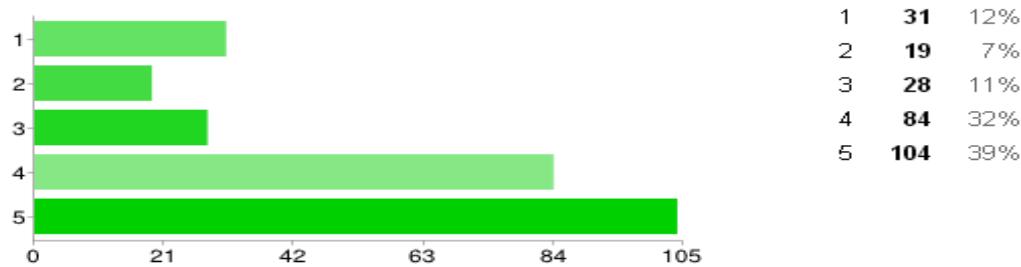
Quais das bebidas abaixo você costuma consumir nas casas noturnas que você frequenta (pode escolher mais de uma opção):



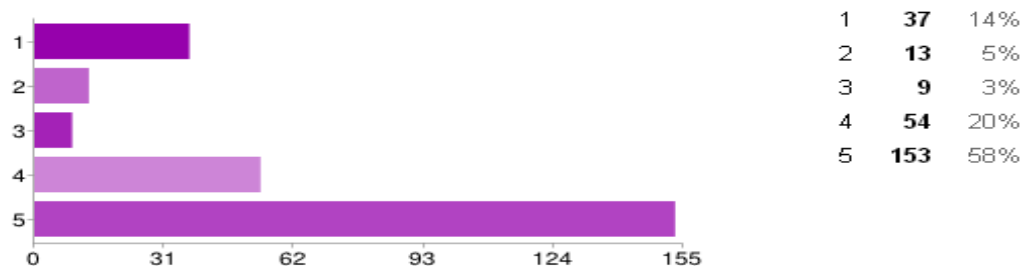
Quais dos ritmos e músicas abaixo você preferiria escutar nesta nova casa noturna (pode escolher mais de uma opção):



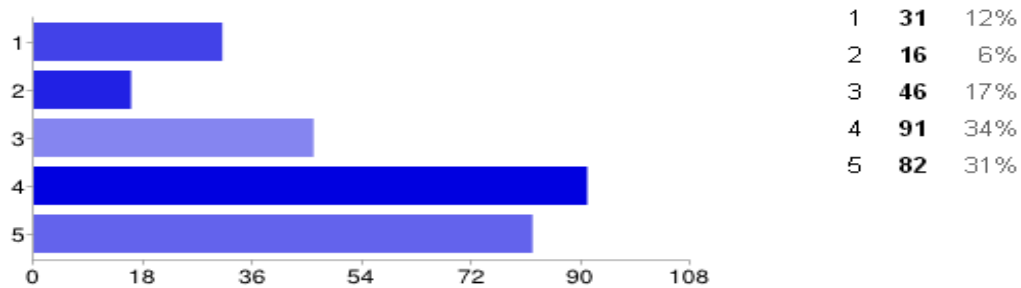
Localização [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



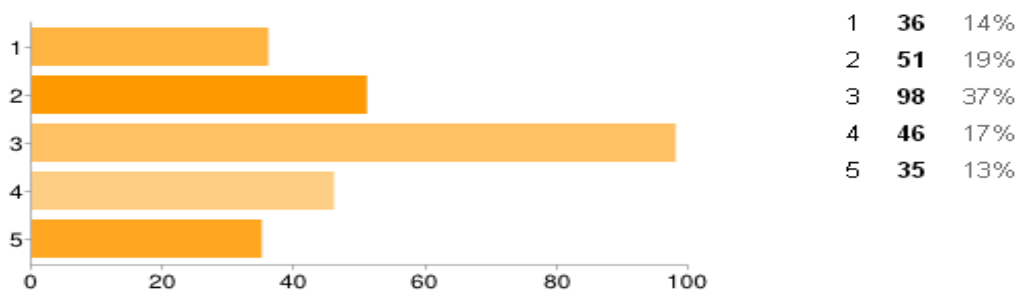
Qualidade do som/Músicas [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



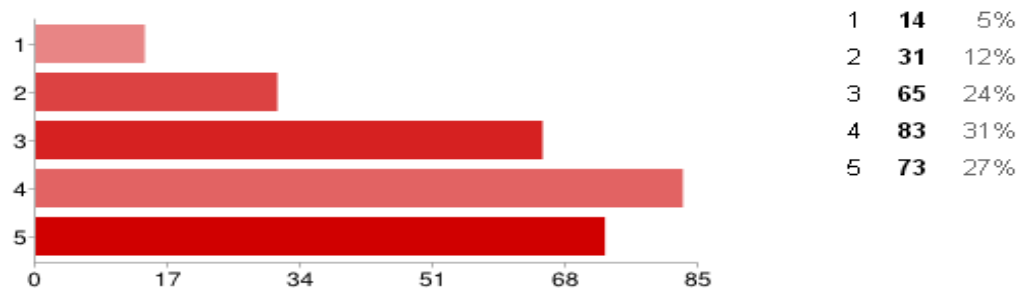
Preço do Ingresso [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



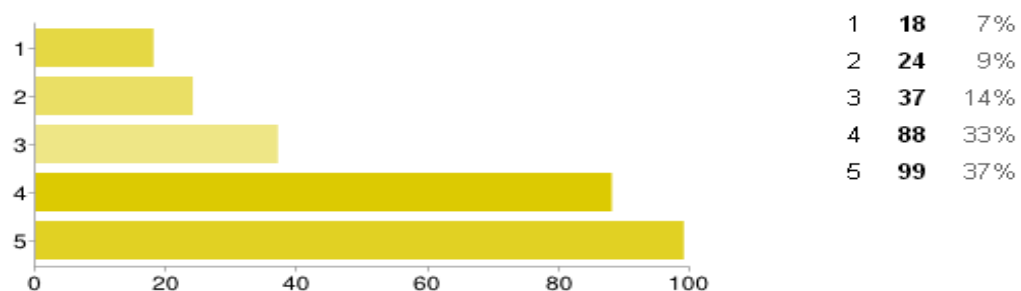
Exclusividade da Festa [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



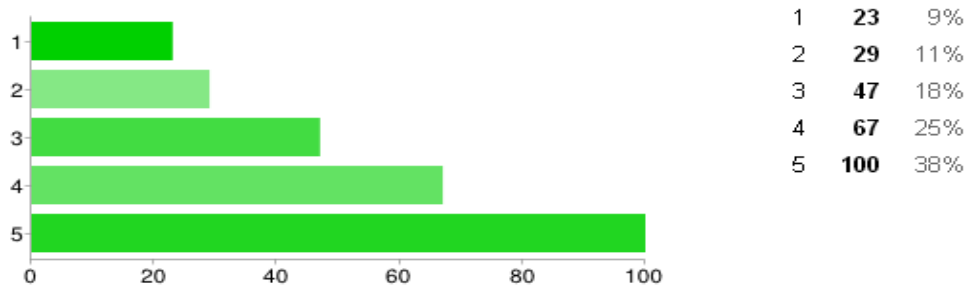
Tamanho do Espaço Físico [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



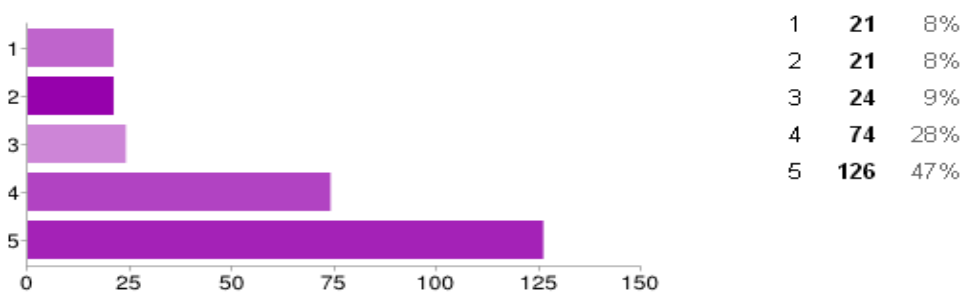
Acomodação/Ambiente [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



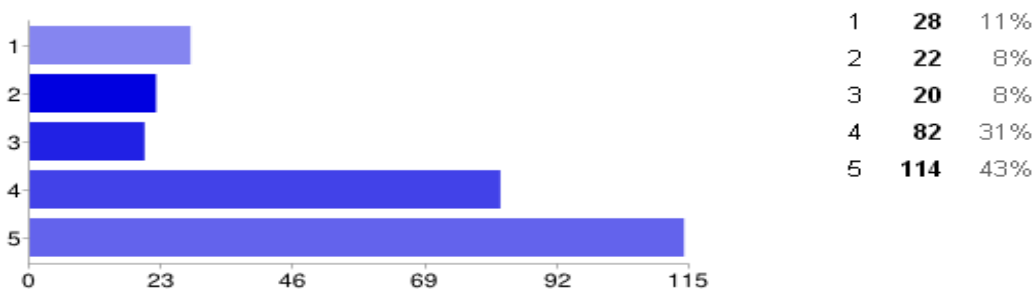
Atendimento [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



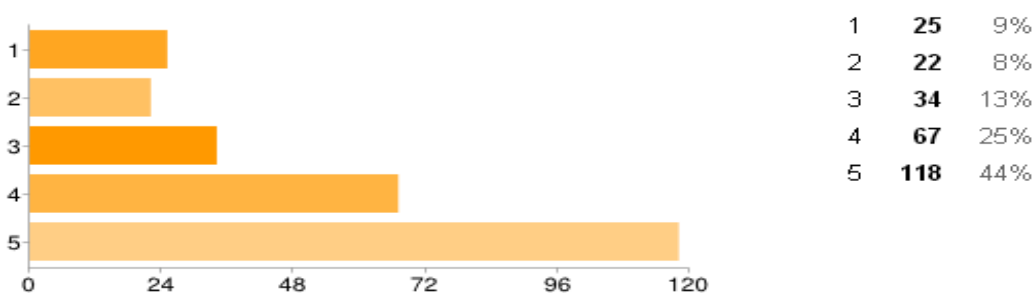
Nível do Público [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



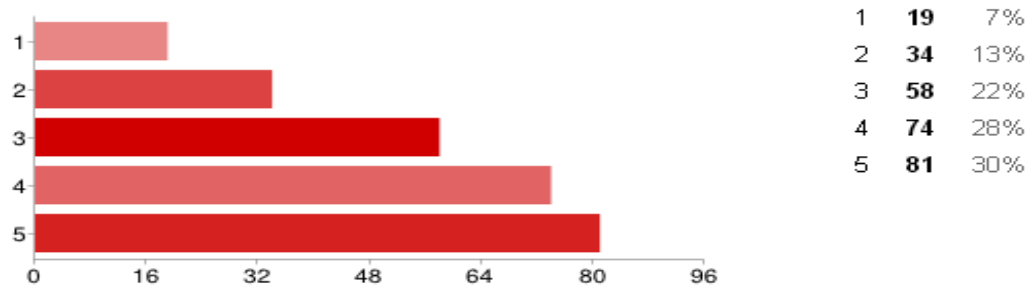
Limpeza/higiene [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



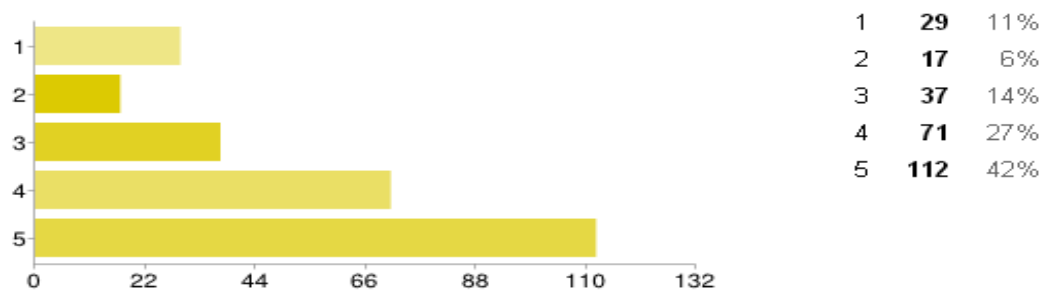
Organização da festa [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



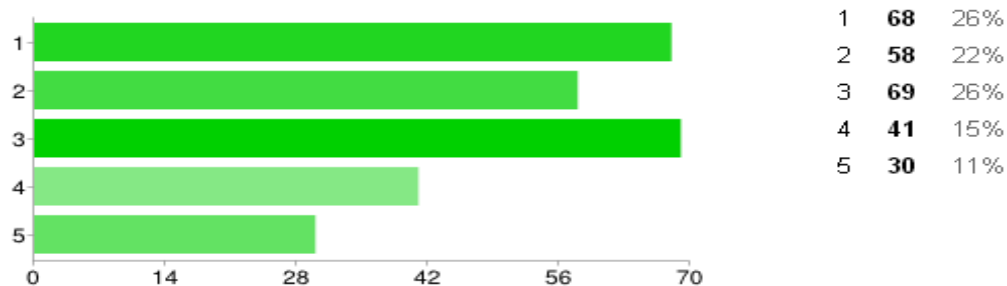
Curto Tempo para Atendimento [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



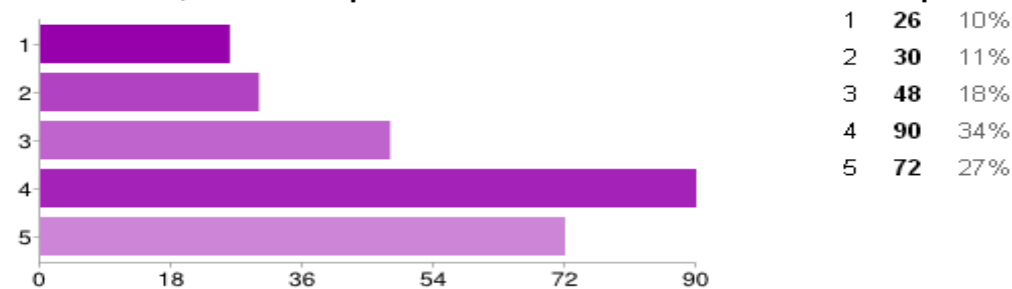
Tempo de Fila [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



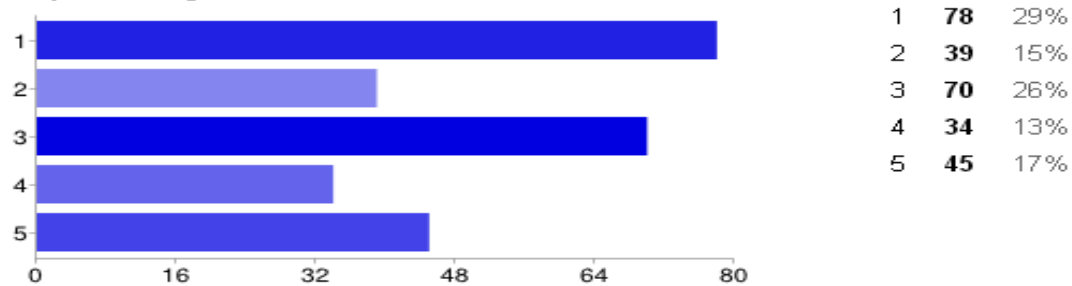
Comidas e petiscos [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



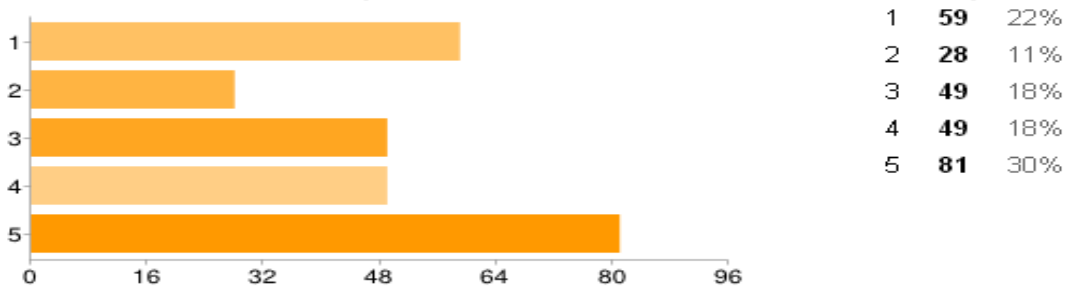
Qualidade das Bebidas [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



Camarote [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



Estacionamento [Quais dos atrativos abaixo são mais importantes para você considerando 1 como sem importância, 2 como pouco importante, 3 como indiferente, 4 sendo importante e 5 como essencial ou muito importante:]



Fonte: Google Docs/Elaborado pelo autor

ANEXO V – ITENS DE ILUMINAÇÃO E OUTROS

| A | | | | B | | | | C | | | | D | | | |
|--------------------|-----|-----|---------|--------------------|-----|-----|---------|--------------------|-----|-----|---------|--------------------|-----|-----|---------|
| item | qnt | R\$ | Total % | item | qnt | R\$ | Total % | item | qnt | R\$ | Total % | item | qnt | R\$ | Total % |
| strobo | 2 | 379 | 18% | strobo | 2 | 360 | 16% | strobo | 2 | 341 | 14% | strobo | 2 | 379 | 18% |
| luz negra | 4 | 25 | 2% | luz negra | 4 | 24 | 2% | luz negra | 4 | 37 | 3% | luz negra | 4 | 30 | 3% |
| robô de luz | 2 | 195 | 9% | robô de luz | 2 | 299 | 13% | robô de luz | 2 | 283 | 12% | robô de luz | 2 | 195 | 9% |
| maq fumaca | 1 | 259 | 6% | maq fumaca | 1 | 250 | 6% | maq fumaca | 1 | 290 | 6% | maq fumaca | 1 | 349 | 8% |
| maq bolhas | 1 | 179 | 4% | maq bolhas | 1 | 190 | 4% | maq bolhas | 1 | 295 | 6% | maq bolhas | 1 | 179 | 4% |
| globo | 3 | 199 | 14% | globo | 3 | 216 | 14% | globo | 3 | 216 | 13% | globo | 3 | 199 | 14% |
| refletor | 3 | - | 0% | refletor | 3 | 39 | 3% | refletor | 3 | 82 | 5% | refletor | 3 | - | 0% |
| mesa de luz | 1 | 339 | 8% | mesa de luz | 1 | 339 | 8% | mesa de luz | 1 | 491 | 10% | mesa de luz | 1 | 339 | 8% |
| laser | 2 | 775 | 37% | laser | 2 | 775 | 34% | laser | 2 | 775 | 32% | laser | 2 | 775 | 36% |
| total (100%) 4.172 | | | | total (100%) 4.508 | | | | total (100%) 4.916 | | | | total (100%) 4.282 | | | |

| itens | descrição | melhor orçamento possível | | | | Orçamento |
|--------------|-----------|---------------------------|-------|-----|-----------|-----------|
| item | qnt | R\$ | Total | % | Orçamento | |
| strobo | 2 | 341 | 682 | 17% | C | |
| luz negra | 4 | 24 | 96 | 2% | B | |
| robô de luz | 2 | 195 | 390 | 10% | A | |
| maq fumaca | 1 | 250 | 250 | 6% | B | |
| maq bolhas | 1 | 179 | 179 | 4% | A | |
| globo | 3 | 199 | 597 | 15% | A | |
| refletor | 3 | - | - | 0% | - | |
| mesa de luz | 1 | 339 | 339 | 8% | A | |
| laser | 2 | 775 | 1.550 | 38% | A | |
| total (100%) | | 4.083 | | A | | |

| itens | descrição |
|-------------|---|
| strobo | strobo de 750W |
| luz negra | 35W lampada 127v |
| robô de luz | jogo de luz deltronica com 4 caminhos de led e sequencial ritmico |
| maq fumaca | maq 1000W |
| maq bolhas | maq bolhas 40W |
| globo | jogo de globo espelhado 30cm |
| refletor | se não houver o jogo, bola de 30cm + refletor |
| mesa de luz | mesa dimx 512 mdmnd com 192 canais bivolt |
| laser | laser aura-tek 3 cores -150mw |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO VI – SOM E CLIMATIZAÇÃO

| A | | | | B | | | | C | | | | D | | | | | | | |
|--------------|-----|-------|--------|------|--------------|-----|--------|-------|-----|--------------|-------|--------|--------|-----|--------------|----|--------|--------|-----|
| item | qnt | R\$ | Total | item | qnt | R\$ | Total | item | qnt | R\$ | Total | item | qnt | R\$ | Total | | | | |
| | | | % | | | | % | | | | % | | | | % | | | | |
| ar cond. | 6 | 2.199 | 13.194 | 53% | ar cond. | 6 | 1.658 | 9.948 | 45% | ar cond. | 6 | 1.899 | 11.394 | 48% | ar cond. | 6 | 2.329 | 13.974 | 54% |
| caixa de som | 7 | 1.298 | 9.086 | 36% | caixa de som | 7 | 1.425 | 9.975 | 45% | caixa de som | 7 | 1.425 | 9.975 | 42% | caixa de som | 7 | 1.295 | 9.065 | 35% |
| cabo | 10 | 45 | 450 | 2% | cabo | 10 | 45 | 450 | 2% | cabo | 10 | 45 | 450 | 2% | cabo | 10 | 45 | 450 | 2% |
| mesa de som | 1 | 2.231 | 2.231 | 9% | mesa de som | 1 | 1.980 | 1.980 | 9% | mesa de som | 1 | 1.980 | 1.980 | 8% | mesa de som | 1 | 2.386 | 2.386 | 9% |
| total (100%) | | | 24.961 | | total (100%) | | 22.353 | | | total (100%) | | 23.799 | | | total (100%) | | 25.875 | | |

| itens | descrição |
|-----------------|--------------------------------------|
| ar condicionado | ar condicionado frio 18.000 btus |
| caixa de som | caixa de som passiva, min 500wrms o |
| cabo | cabo 3pin |
| mesa de som | mesa de som amplificada, min 7 entra |

| melhor orçamento possível | | |
|---------------------------|-----|--------|
| item | qnt | R\$ |
| ar condicionado | 6 | 1.658 |
| caixa de som | 7 | 1.295 |
| cabo | 10 | 45 |
| mesa de som | 1 | 1.980 |
| total (100%) | | 21.443 |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO VIII – PROJEÇÕES DE FATURAMENTO

| Zona 5 composta por: Independência e Moinhos de Ventos. | | | | | | | Lotação da casa | | | Faturamento por cenário | | R\$ |
|---|---------------|------------|------------|-----|---------|-----|-----------------|-----------|----------------|-------------------------|--------------------------|------------|
| Imóvel | Aluguel | IPTU | Codom. | m² | lotação | 2 | Otimista | Esperado | Pessimista | 8 | Esperado | Pessimista |
| | | | | | | | 85% | 60% | 35% | | número de eventos no mês | 50,00 |
| a | R\$ 6.800,00 | R\$ 327,00 | dmnae | 350 | 700 | 595 | 420 | 245 | R\$ 238.000,00 | R\$ 168.000,00 | R\$ 98.000,00 | |
| b | R\$ 4.900,00 | R\$ 270,00 | dmnae | 110 | 220 | 187 | 132 | 77 | R\$ 74.800,00 | R\$ 52.800,00 | R\$ 30.800,00 | |
| c | R\$ 25.000,00 | ?? | ?? | 500 | 1.000 | 850 | 600 | 350 | R\$ 340.000,00 | R\$ 240.000,00 | R\$ 140.000,00 | |
| d | R\$ 8.200,00 | R\$ 380,00 | R\$ 100,00 | 396 | 792 | 673 | 475 | 277 | R\$ 269.280,00 | R\$ 190.080,00 | R\$ 110.880,00 | |
| f | R\$ 25.000,00 | R\$ - | R\$ - | 402 | 804 | 683 | 482 | 281 | R\$ 273.360,00 | R\$ 192.960,00 | R\$ 112.560,00 | |
| g | R\$ 20.000,00 | R\$ 842,00 | R\$ - | 450 | 900 | 765 | 540 | 315 | R\$ 306.000,00 | R\$ 216.000,00 | R\$ 126.000,00 | |
| h | R\$ 15.000,00 | R\$ 700,00 | R\$ - | 550 | 1.100 | 935 | 660 | 385 | R\$ 374.000,00 | R\$ 264.000,00 | R\$ 154.000,00 | |
| j | R\$ 6.500,00 | R\$ 484,00 | R\$ - | 250 | 500 | 425 | 300 | 175 | R\$ 170.000,00 | R\$ 120.000,00 | R\$ 70.000,00 | |
| k | R\$ 5.500,00 | R\$ 308,00 | R\$ - | 280 | 560 | 476 | 336 | 196 | R\$ 190.400,00 | R\$ 134.400,00 | R\$ 78.400,00 | |
| l | R\$ 5.000,00 | R\$ 150,00 | R\$ - | 200 | 400 | 340 | 240 | 140 | R\$ 136.000,00 | R\$ 96.000,00 | R\$ 56.000,00 | |
| Zona 1 composta pelos bairros: Centro e Cidade Baixa. | | | | | | | | | | | | |
| e | R\$ 11.500,00 | R\$ 237,00 | R\$ - | 300 | 600 | 510 | 360 | 210 | R\$ 204.000,00 | R\$ 144.000,00 | R\$ 84.000,00 | |
| i | R\$ 9.950,00 | R\$ 97,00 | R\$ 433,00 | 220 | 440 | 374 | 264 | 154 | R\$ 149.600,00 | R\$ 105.600,00 | R\$ 61.600,00 | |
| m | R\$ 8.000,00 | R\$ 130,00 | R\$ - | 260 | 520 | 442 | 312 | 182 | R\$ 176.800,00 | R\$ 124.800,00 | R\$ 72.800,00 | |
| Aluguel do Bar | | | | | | | R\$ | 15.000,00 | R\$ | 180.000,00 | | |
| Imposto Faturamento | | | | | | | 6% | | R\$ | 10.800,00 | anual | |
| | | | | | | | | | R\$ | 900,00 | mensal | |

Fonte: elaborado pelo autor

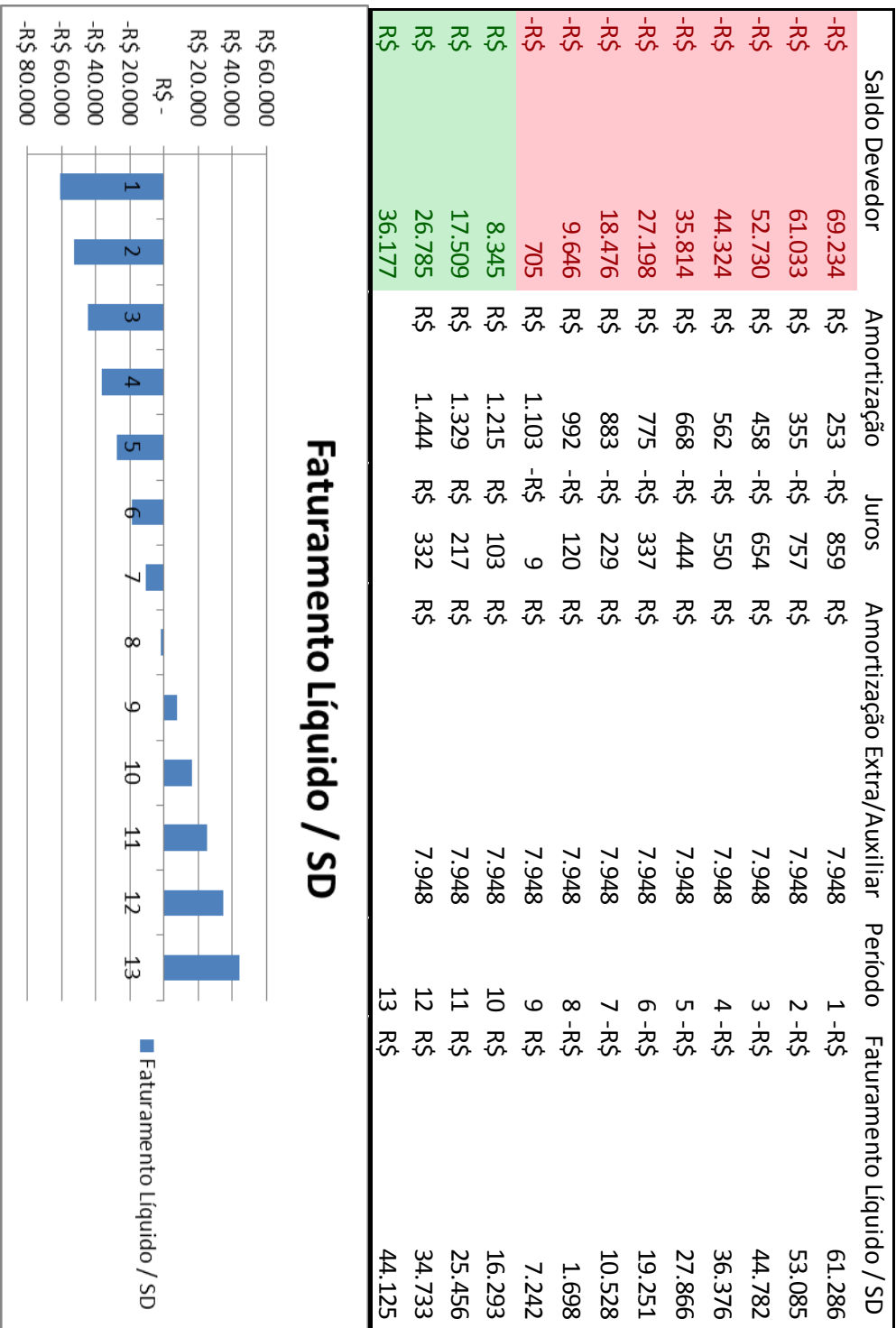
ANEXO IX – CONSOLIDAÇÃO DAS PROJEÇÕES FINANCEIRAS

| Cenário Pessimista | | Cenário Esperado | | Cenário Otimista | |
|------------------------------|------------|------------------------------|-------------|------------------------------|-------------|
| Capital Inicial | R\$ 20.000 | Capital Inicial | R\$ 20.000 | Capital Inicial | R\$ 20.000 |
| Investimento Inicial | R\$ 66.946 | Investimento Inicial | R\$ 66.946 | Investimento Inicial | R\$ 66.946 |
| Taxa de Financiamento (a.m.) | 1,24% | Taxa de Financiamento (a.m.) | 1,24% | Taxa de Financiamento (a.m.) | 1,24% |
| Aluguel do Bar | R\$ 15.000 | Aluguel do Bar | R\$ 15.000 | Aluguel do Bar | R\$ 15.000 |
| Faturamento Bruto Mensal | R\$ 84.000 | Faturamento Bruto Mensal | R\$ 144.000 | Faturamento Bruto Mensal | R\$ 204.000 |
| Total Ativo Circulante | R\$ 99.000 | Total Ativo Circulante | R\$ 159.000 | Total Ativo Circulante | R\$ 219.000 |
| Alíquota de Imposto | 12,42% | Alíquota de Imposto | 13,68% | Alíquota de Imposto | 15,35% |
| Imposto Mensal sobre Vendas | R\$ 10.433 | Imposto Mensal sobre Vendas | R\$ 19.699 | Imposto Mensal sobre Vendas | R\$ 31.314 |
| Total Passivo Circulante | R\$ 68.832 | Total Passivo Circulante | R\$ 68.832 | Total Passivo Circulante | R\$ 68.832 |
| Capital de Giro Líquido | R\$ 19.736 | CGL | R\$ 70.469 | CGL | R\$ 118.854 |

| Cenário Pessimista | | Cenário Esperado | | Cenário Otimista | |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|
| Capital Inicial | R\$ 20.000 | Capital Inicial | R\$ 20.000 | Capital Inicial | R\$ 20.000 |
| Investimento Inicial | -R\$ 66.946 | Investimento Inicial | -R\$ 66.946 | Investimento Inicial | -R\$ 66.946 |
| Taxa de Financiamento (a.m.) | 1,24% | Taxa de Financiamento (a.m.) | 1,24% | Taxa de Financiamento (a.m.) | 1,24% |
| IOF | -R\$ 2.288 | IOF | -R\$ 2.288 | IOF | -R\$ 2.288 |
| Prestação Mensal | R\$ 1.112 | Prestação Mensal | R\$ 1.112 | Prestação Mensal | R\$ 1.112 |
| Faturamento Bruto | R\$ 84.000 | Faturamento Bruto | R\$ 144.000 | Faturamento Bruto | R\$ 204.000 |
| Custos Fixos e Variáveis | R\$ 71.772 | Custos Fixos e Variáveis | R\$ 73.872 | Custos Fixos e Variáveis | R\$ 75.972 |
| Impostos Mensais | R\$ 11.333 | Impostos Mensais | R\$ 20.599 | Impostos Mensais | R\$ 32.214 |
| CGL | R\$ 15.896 | CGL | R\$ 64.529 | CGL | R\$ 110.814 |
| Amortização Auxiliar do SD 50% | R\$ 7.948 | Amortização Auxiliar do SD 50% | R\$ 32.265 | Amortização Auxiliar do SD 50% | R\$ 55.407 |
| CGL 2 | R\$ 7.948 | CGL 2 | R\$ 32.265 | CGL 2 | R\$ 55.407 |

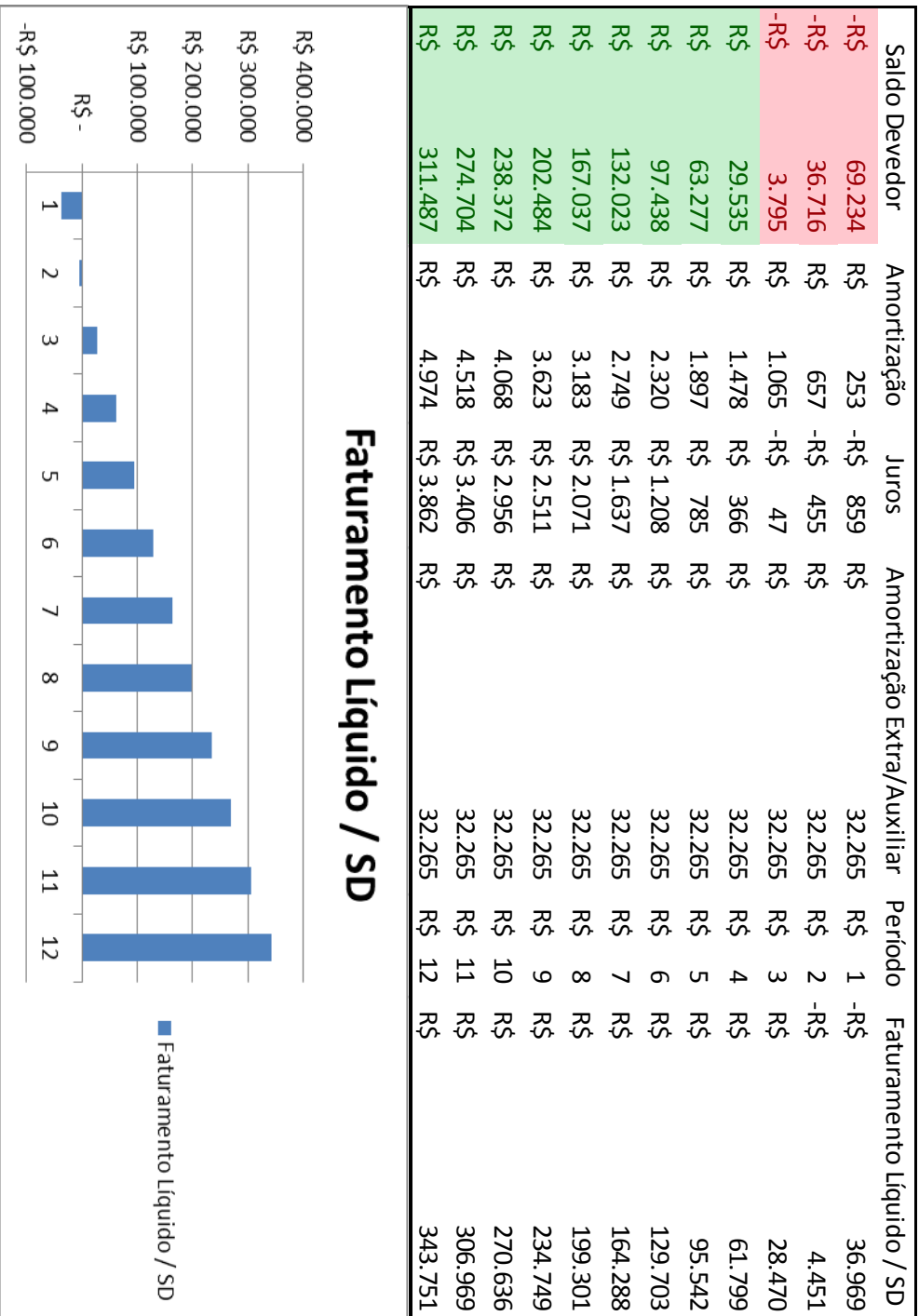
Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO X – PROJEÇÃO FINANCEIRA PESSIMISTA



Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XI – PROJEÇÃO FINANCEIRA ESPERADA



Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XII – PROJEÇÃO FINANCEIRA OTIMISTA

| Saldo Devedor | Amortização | Juros | Amortização Extra/Auxiliar | Período | Faturamento Líquido / SD |
|---------------|-------------|-----------|----------------------------|------------|--------------------------|
| -R\$ 69.234 | R\$ 253 | -R\$ 859 | R\$ 55.407 | R\$ 1 -R\$ | 13.827 |
| -R\$ 13.573 | R\$ 944 | -R\$ 168 | R\$ 55.407 | R\$ 2 R\$ | 41.834 |
| R\$ 42.777 | R\$ 1.642 | R\$ 530 | R\$ 55.407 | R\$ 3 R\$ | 98.185 |
| R\$ 99.827 | R\$ 2.350 | R\$ 1.238 | R\$ 55.407 | R\$ 4 R\$ | 155.234 |
| R\$ 157.584 | R\$ 3.066 | R\$ 1.954 | R\$ 55.407 | R\$ 5 R\$ | 212.991 |
| R\$ 216.057 | R\$ 3.791 | R\$ 2.679 | R\$ 55.407 | R\$ 6 R\$ | 271.464 |
| R\$ 275.255 | R\$ 4.525 | R\$ 3.413 | R\$ 55.407 | R\$ 7 R\$ | 330.662 |
| R\$ 335.187 | R\$ 5.268 | R\$ 4.156 | R\$ 55.407 | R\$ 8 R\$ | 390.594 |
| R\$ 395.863 | R\$ 6.021 | R\$ 4.909 | R\$ 55.407 | R\$ 9 R\$ | 451.270 |
| R\$ 457.290 | R\$ 6.782 | R\$ 5.670 | R\$ 55.407 | R\$ 10 R\$ | 512.698 |
| R\$ 519.480 | R\$ 7.553 | R\$ 6.442 | R\$ 55.407 | R\$ 11 R\$ | 574.887 |
| R\$ 582.441 | R\$ 8.334 | R\$ 7.222 | R\$ 55.407 | R\$ 12 R\$ | 637.848 |

Faturamento Líquido / SD

■ Faturamento Líquido / SD

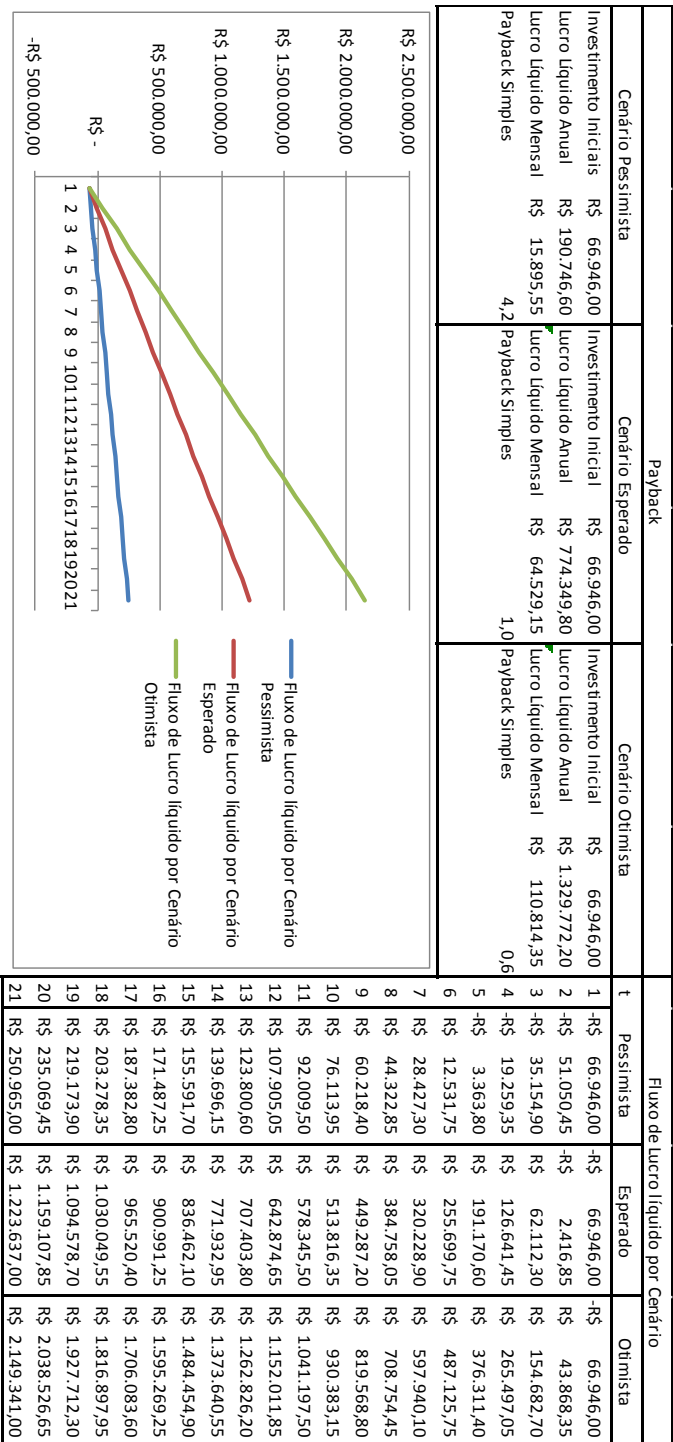
Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XIII – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO

| DRE por cenário | | | | | |
|---------------------------------------|---------------|------------------|---------------------------------------|------------------|------------------|
| Cenário Pessimista | | Cenário Esperado | | Cenário Otimista | |
| Item | % | R\$ | Item | % | R\$ |
| Faturamento Total Bruto | - | 1.188.000 | Faturamento Bruto Total | - | 1.908.000 |
| Aluguel do Bar | 15,62% | 180.000 | Aluguel do Bar | 9,74% | 180.000 |
| Vencimento em D+0 (30%) | 26,23% | 302.400 | Vencimento em D+0 | 28,06% | 518.400 |
| Vencimento em D+30 (70%) | 61,21% | 705.600 | Vencimento em D+30 | 65,47% | 1.209.600 |
| Custo com Vendas (5%) | 3,06% | 35.280 | Custo com Vendas | 3,27% | 60.480 |
| Vencimento Líquido em D+30 | 58,15% | 670.320 | Vencimento Líquido em D+30 | 62,20% | 1.149.120 |
| Receita de Vendas Líquida | 97,03% | 1.152.720 | Faturamento Líquido Total | 97% | 1.847.520 |
| Imposto Simples Casa | 10,86% | 125.194 | Imposto Simples | 13% | 236.390 |
| Imposto Simples Aluguel | 0,94% | 10.800 | Imposto Simples Aluguel | 0,58% | 10.800 |
| Empréstimos | 1,16% | 13.343 | Empréstimos | 0,72% | 13.343 |
| Salários | 12,49% | 144.000 | Salários | 7,79% | 144.000 |
| Despesas Administrativas | 46,01% | 530.400 | Despesas Administrativas | 28,71% | 530.400 |
| Aluguel | 11,97% | 138.000 | Aluguel | 7,47% | 138.000 |
| IP TU | 0,02% | 237 | IP TU | 0,01% | 237 |
| Resultado Operacional Bruto | 16,55% | 190.747 | Resultado Operacional Bruto | 41,91% | 774.350 |
| Resultado Líquido do Exercício | | 190.747 | Resultado Líquido do Exercício | | 774.350 |
| Resultado Operacional Bruto | | | Resultado Operacional Bruto | | 52,31% |
| | | | | | 1.329.772 |
| Resultado Líquido do Exercício | | | Resultado Líquido do Exercício | | 1.329.772 |

Fonte: elaborado pelo autor

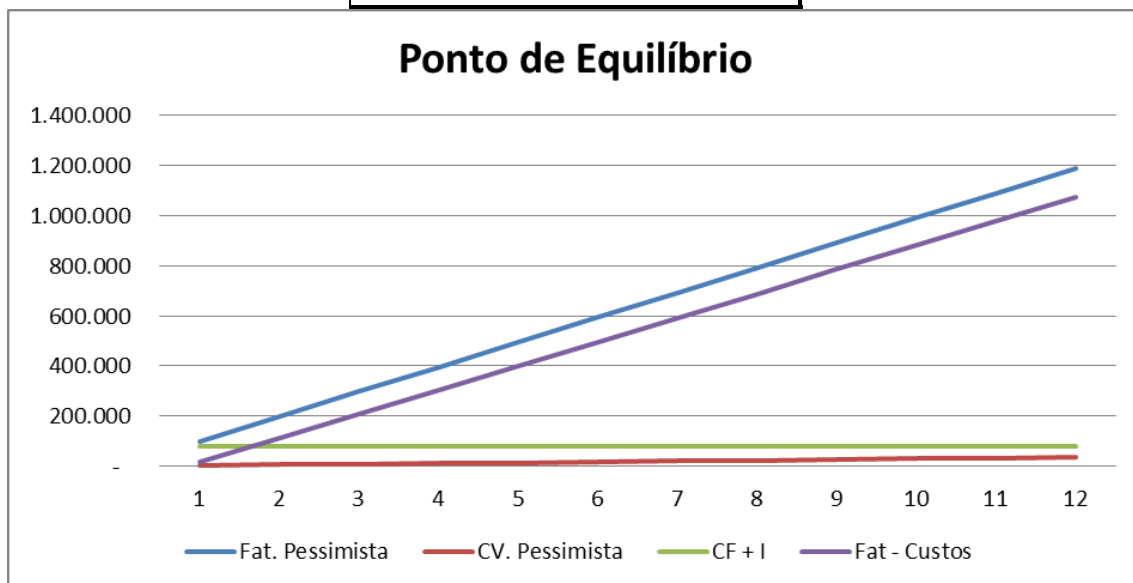
ANEXO XIV – PAYBACK



Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XV – PONTO DE EQUILÍBRIO: CENÁRIO PESSIMISTA

| Ponto de Equilíbrio por Cenário | |
|---------------------------------|-----------|
| Cenário Pessimista (R\$) | |
| Custos Fixos | 68.832 |
| Imposto Mensal | 11.333 |
| Faturamento Anual | 1.188.000 |
| Faturamento Mensal | 99.000 |
| Custo Variável Anual | 35.280 |
| Custo Variável Mensal | 2.940 |

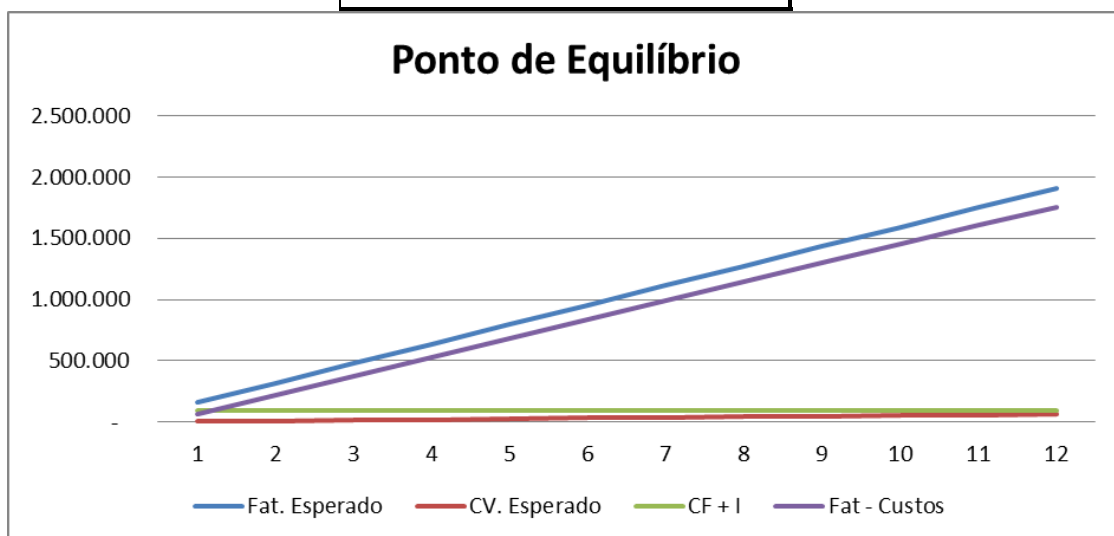


| Memória de Cálculo (R\$) | | | | |
|--------------------------|-----------------|----------------|--------|--------------|
| t | Fat. Pessimista | CV. Pessimista | CF + I | Fat - Custos |
| 1 | 99.000 | 2.940 | 80.164 | 15.896 |
| 2 | 198.000 | 5.880 | 80.164 | 111.956 |
| 3 | 297.000 | 8.820 | 80.164 | 208.016 |
| 4 | 396.000 | 11.760 | 80.164 | 304.076 |
| 5 | 495.000 | 14.700 | 80.164 | 400.136 |
| 6 | 594.000 | 17.640 | 80.164 | 496.196 |
| 7 | 693.000 | 20.580 | 80.164 | 592.256 |
| 8 | 792.000 | 23.520 | 80.164 | 688.316 |
| 9 | 891.000 | 26.460 | 80.164 | 784.376 |
| 10 | 990.000 | 29.400 | 80.164 | 880.436 |
| 11 | 1.089.000 | 32.340 | 80.164 | 976.496 |
| 12 | 1.188.000 | 35.280 | 80.164 | 1.072.556 |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XVI – PONTO DE EQUILÍBRIO: CENÁRIO ESPERADO

| Ponto de Equilíbrio por Cenário | |
|---------------------------------|-----------|
| Cenário Esperado (R\$) | |
| Custos Fixos | 68.832 |
| Imposto Mensal | 20.599 |
| Faturamento Anual | 1.908.000 |
| Faturamento Mensal | 159.000 |
| Custo Variável Anual | 60.480 |
| Custo Variável Mensal | 5.040 |

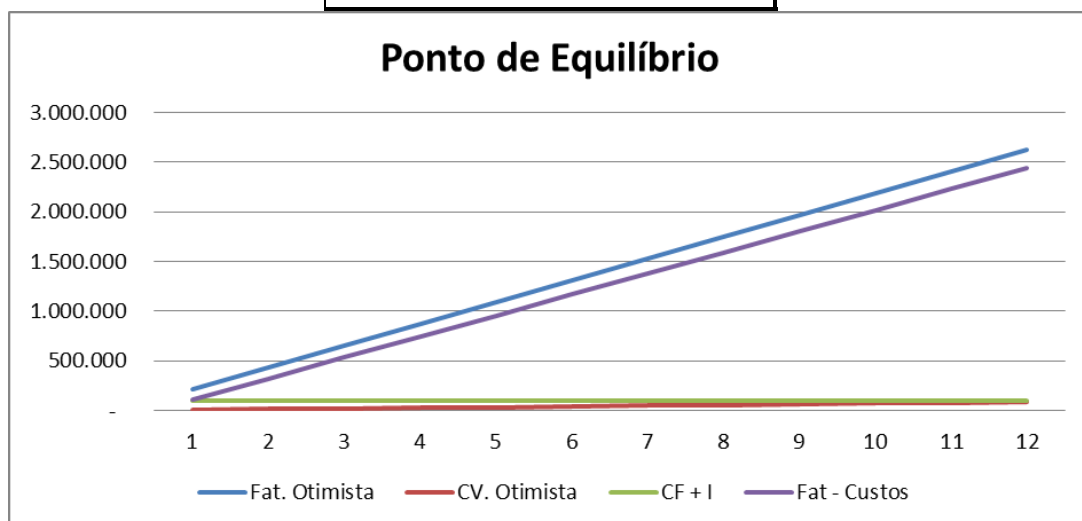


| Memória de Cálculo (R\$) | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------|--------|--------------|
| | Fat. Esperado | CV. Esperado | CF + I | Fat - Custos |
| 1 | 159.000 | 5.040 | 89.431 | 64.529 |
| 2 | 318.000 | 10.080 | 89.431 | 218.489 |
| 3 | 477.000 | 15.120 | 89.431 | 372.449 |
| 4 | 636.000 | 20.160 | 89.431 | 526.409 |
| 5 | 795.000 | 25.200 | 89.431 | 680.369 |
| 6 | 954.000 | 30.240 | 89.431 | 834.329 |
| 7 | 1.113.000 | 35.280 | 89.431 | 988.289 |
| 8 | 1.272.000 | 40.320 | 89.431 | 1.142.249 |
| 9 | 1.431.000 | 45.360 | 89.431 | 1.296.209 |
| 10 | 1.590.000 | 50.400 | 89.431 | 1.450.169 |
| 11 | 1.749.000 | 55.440 | 89.431 | 1.604.129 |
| 12 | 1.908.000 | 60.480 | 89.431 | 1.758.089 |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XVII – PONTO DE EQUILÍBRIO: CENÁRIO OTIMISTA

| Ponto de Equilíbrio por Cenário | |
|---------------------------------|-----------|
| Cenário Otimista (R\$) | |
| Custos Fixos | 68.832 |
| Imposto Mensal | 32.214 |
| Faturamento Anual | 2.628.000 |
| Faturamento Mensal | 219.000 |
| Custo Variável Anual | 85.680 |
| Custo Variável Mensal | 7.140 |



| Memória de Cálculo (R\$) | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------|---------|--------------|
| t | Fat. Otimista | CV. Otimista | CF + I | Fat - Custos |
| 1 | 219.000 | 7.140 | 101.046 | 110.814 |
| 2 | 438.000 | 14.280 | 101.046 | 322.674 |
| 3 | 657.000 | 21.420 | 101.046 | 534.534 |
| 4 | 876.000 | 28.560 | 101.046 | 746.394 |
| 5 | 1.095.000 | 35.700 | 101.046 | 958.254 |
| 6 | 1.314.000 | 42.840 | 101.046 | 1.170.114 |
| 7 | 1.533.000 | 49.980 | 101.046 | 1.381.974 |
| 8 | 1.752.000 | 57.120 | 101.046 | 1.593.834 |
| 9 | 1.971.000 | 64.260 | 101.046 | 1.805.694 |
| 10 | 2.190.000 | 71.400 | 101.046 | 2.017.554 |
| 11 | 2.409.000 | 78.540 | 101.046 | 2.229.414 |
| 12 | 2.628.000 | 85.680 | 101.046 | 2.441.274 |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XVIII – FLUXO DE CAIXA PESSIMISTA: ANO 01

| Fluxo Anual Pessimista (ano 1) | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | TOTAL ANO |
| Saldo Inicial de Caixa | - | - 42.904 | - 28.511 | - 13.613 | - | - | - | - | - | - | - | - | - 85.028 |
| Receita à vista | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 40.200 | 482.400 |
| Vendas no Cartão | - | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 58.800 | 646.800 |
| Custos Fixos | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 825.980 |
| Custos Variáveis | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 2.940 | 35.280 |
| Imposto Simples | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 11.333 | 135.994 |
| Caixa Líquido Mensal | - 42.904 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 15.896 | 131.947 |
| Juros | - | - 1.502 | 998 | - 476 | - | - | - | - | - | - | - | - | - 2.976 |
| Amortização | - | - 14.394 | 14.898 | 13.613 | - | - | - | - | - | - | - | - | 42.904 |
| Aplicações Financeiras | - | - | - | 1.806 | 17.702 | 33.606 | 49.590 | 65.654 | 81.797 | 98.021 | 114.326 | 130.712 | 593.215 |
| Rendimentos | - | - | - | - | 9 | 89 | 168 | 248 | 328 | 409 | 490 | 572 | 2.313 |
| Saldo Final de Caixa | - 42.904 | - 28.511 | - 13.613 | - | - | - | - | 263.902 | 280.126 | 296.430 | 312.816 | 329.283 | - 85.028 |
| TOTAL | 37.496 | 139.477 | 169.776 | 199.330 | 215.711 | 231.695 | 247.758 | 263.902 | 280.126 | 296.430 | 312.816 | 329.283 | 2.723.800 |
| Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| Cenário Pessimista | | | | | | | | | | | | | |
| Custos Fixos | 68.832 | | | | | | | | | | | | |
| Faturamento Anual | 1.008.000 | | | | | | | | | | | | |
| Faturamento Mensal | 84.000 | | | | | | | | | | | | |
| Receita de Aluguel Mensal | 15.000 | | | | | | | | | | | | |
| Custo com Vendas Anual | 35.280 | | | | | | | | | | | | |
| Custo com Vendas Mensal | 2.940 | | | | | | | | | | | | |
| Alíquota de Tributação Vend | 12,42% | | | | | | | | | | | | |
| Imposto Simples | 11.333 | | | | | | | | | | | | |
| Vencimento à vista | 25.200 | | | | | | | | | | | | |
| Vencimento em D+30 | 58.800 | | | | | | | | | | | | |
| 70% | 58.800 | | | | | | | | | | | | |
| Custo de Vendas Mensal | 2.940 | | | | | | | | | | | | |
| Parâmetro do Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| Tx. de Juros Capital de Giro | 3,50% | | | | | | | | | | | | |
| Tx. de Juros Aplicação Fin. | 0,50% | | | | | | | | | | | | |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XIX – FLUXO DE CAIXA ESPERADO: ANO 01

| Fluxo Anual Esperado (ano 1) | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|-----------|
| | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | TOTAL ANO |
| Saldo Inicial de Caixa | - | 36.271 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 36.271 |
| Receita à vista | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 58.200 | 698.400 |
| Vendas no Cartão | - | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 100.800 | 1.108.800 |
| Custos Fixos | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 825.980 |
| Custos Variáveis | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 5.040 | 60.480 |
| Imposto Simples | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 20.599 | 247.190 |
| Caixa Líquido Mensal | 36.271 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 64.529 | 673.550 |
| Juros | - | 1.269 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1.269 |
| Amortização | - | 36.271 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 36.271 |
| Aplicações Financeiras | - | 26.989 | 91.518 | 156.182 | 221.169 | 286.479 | 352.114 | 418.075 | 484.365 | 550.985 | 617.936 | 685.220 | 3.891.031 |
| Rendimentos | - | - | 135 | 458 | 781 | 1.106 | 1.432 | 1.761 | 2.090 | 2.422 | 2.755 | 3.090 | 16.029 |
| Saldo Final de Caixa | 36.271 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 36.271 |
| TOTAL | 80.129 | 343.719 | 409.653 | 474.640 | 539.950 | 605.585 | 671.546 | 737.836 | 804.455 | 871.406 | 938.691 | 1.006.309 | 7.483.920 |
| Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| cenário Esperado | | | | | | | | | | | | | |
| Custos Fixos | | | | | | | | | | | | | 68.832 |
| Faturamento Anual | | | | | | | | | | | | | 1.728.000 |
| Faturamento Mensal | | | | | | | | | | | | | 144.000 |
| Receita de Aluguel Mensal | | | | | | | | | | | | | 15.000 |
| Custo com Vendas Anual | | | | | | | | | | | | | 60.480 |
| Custo com Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 5.040 |
| Alíquota de Tributação Vend | | | | | | | | | | | | | 13,68% |
| Imposto Simples | | | | | | | | | | | | | 20.599 |
| Vencimento à vista | | | | | | | | | | | | | 43.200 |
| Vencimento em D+30 | | | | | | | | | | | | | |
| 70% | | | | | | | | | | | | | 100.800 |
| Custo de Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 5.040 |
| Parâmetro do Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| Tx. de Juros Capital de Giro | | | | | | | | | | | | | 3,50% |
| Tx. de Juros Aplicação Fin. | | | | | | | | | | | | | 0,50% |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XX – FLUXO DE CAIXA OTIMISTA: ANO 01

| Fluxo Anual Otimista (ano 1) | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | TOTAL ANO |
| Saldo Inicial de Caixa | - | - 31.986 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - 31.986 |
| Receita à vista | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 76.200 | 914.400 |
| Vendas no Cartão | - | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 142.800 | 1.570.800 |
| Custos Fixos | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 825.980 |
| Custos Variáveis | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 7.140 | 85.680 |
| Imposto Simples | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 32.214 | 386.568 |
| Caixa Líquido Mensal | - 31.986 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 110.814 | 1.186.972 |
| Juros | - | - 1.119 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - 1.119 |
| Amortização | - | 31.986 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 31.986 |
| Aplicações Financeiras | - | 77.709 | 188.524 | 299.726 | 411.483 | 523.796 | 636.668 | 750.101 | 864.099 | 978.664 | 1.093.799 | 1.209.507 | 7.034.077 |
| Rendimentos | - | - | 389 | 943 | 1.499 | 2.057 | 2.619 | 3.183 | 3.751 | 4.320 | 4.893 | 5.469 | 29.123 |
| Saldo Final de Caixa | - 31.986 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - 31.986 |
| TOTAL | 120.414 | 514.590 | 626.912 | 738.669 | 850.982 | 963.854 | 1.077.287 | 1.191.285 | 1.305.850 | 1.420.985 | 1.536.692 | 1.652.976 | 12.000.495 |
| Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| Cenário Otimista | | | | | | | | | | | | | |
| Custos Fixos | | | | | | | | | | | | | 68.832 |
| Faturamento Anual | | | | | | | | | | | | | 2.448.000 |
| Faturamento Mensal | | | | | | | | | | | | | 204.000 |
| Receita de Aluguel Mensal | | | | | | | | | | | | | 15.000 |
| Custo com Vendas Anual | | | | | | | | | | | | | 85.680 |
| Custo com Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 7.140 |
| Alíquota de Tributação Vend | | | | | | | | | | | | | 15,35% |
| Imposto Simples | | | | | | | | | | | | | 32.214 |
| Vencimento à vista | | | | | | | | | | | | | 61.200 |
| Vencimento em D+30 | | | | | | | | | | | | | 142.800 |
| 70% | | | | | | | | | | | | | 142.800 |
| Custo de Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 7.140 |
| Parâmetro do Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| Tx. de Juros Capital de Giro | | | | | | | | | | | | | 3,50% |
| Tx. de Juros Aplicação Fin. | | | | | | | | | | | | | 0,50% |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XXI – FLUXO DE CAIXA PESSIMISTA: ANO 02

| Fluxo Anual Pessimista (ano 2) | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | TOTAL ANO |
| Saldo Inicial de Caixa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Receitas à vista | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 43.014 | 516.168 |
| Vendas no Cartão | 58.800 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 62.916 | 750.876 |
| Custos Fixos | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 883.798 |
| Custos Variáveis | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 3.146 | 37.750 |
| Imposto Simples | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 12.126 | 145.513 |
| Caixa Líquido Mensal | 12.892 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 17.008 | 199.983 |
| Juros | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Amortização | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Aplicações Financeiras | 131.283 | 148.945 | 166.610 | 184.363 | 202.204 | 220.134 | 238.153 | 256.262 | 274.461 | 292.751 | 311.131 | 329.603 | 2.755.899 |
| Rendimentos | 654 | 656 | 745 | 833 | 922 | 1.011 | 1.101 | 1.191 | 1.281 | 1.372 | 1.464 | 1.556 | 12.785 |
| Saldo Final de Caixa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL | 335.565 | 361.461 | 379.214 | 397.056 | 414.986 | 433.005 | 451.114 | 469.313 | 487.602 | 505.983 | 524.455 | 543.019 | 5.302.772 |
| Inflação Projetada | | | | | | | | | | | | | 7% |
| Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| Cenário Pessimista | | | | | | | | | | | | | |
| Custos Fixos | | | | | | | | | | | | | 73.650 |
| Faturamento Anual | | | | | | | | | | | | | 1.078.560 |
| Faturamento Mensal | | | | | | | | | | | | | 89.880 |
| Receita de Aluguel Mensal | | | | | | | | | | | | | 16.050 |
| Custo com Vendas Anual | | | | | | | | | | | | | 37.750 |
| Custo com Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 3.146 |
| Alíquota de Tributação Vend | | | | | | | | | | | | | 12,42% |
| Imposto Simples | | | | | | | | | | | | | 12.126 |
| Vencimento à vista | | | | | | | | | | | | | 26.964 |
| Vencimento em D+30 | | | | | | | | | | | | | |
| 70% | | | | | | | | | | | | | 62.916 |
| Custo de Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 3.146 |
| Parâmetro do Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | |
| Tx. de Juros Capital de Giro | | | | | | | | | | | | | 3,50% |
| Tx. de Juros Aplicação Fin. | | | | | | | | | | | | | 0,50% |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XXII – FLUXO DE CAIXA ESPERADO: ANO 02

| Fluxo Anual Esperado (ano 2) | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | TOTAL ANO |
| Saldo Inicial de Caixa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Receitas à vista | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 62.274 | 747.288 |
| Vendas no Cartão | 100.800 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 107.856 | 1.287.216 |
| Custos Fixos | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 883.798 |
| Custos Variáveis | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 5.393 | 64.714 |
| Imposto Simples | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 23.967 | 287.606 |
| Caixa Líquido Mensal | 60.064 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 67.120 | 798.386 |
| Juros | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Amortização | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Aplicações Financeiras | 688.309 | 758.856 | 829.417 | 900.332 | 971.599 | 1.043.221 | 1.115.199 | 1.187.535 | 1.260.232 | 1.333.290 | 1.406.711 | 1.480.498 | 12.975.199 |
| Rendimentos | 3.426 | 3.442 | 3.794 | 4.147 | 4.502 | 4.858 | 5.216 | 5.576 | 5.938 | 6.301 | 6.666 | 7.034 | 60.900 |
| Saldo Final de Caixa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL | 1.017.883 | 1.102.557 | 1.173.472 | 1.244.739 | 1.316.361 | 1.388.339 | 1.460.675 | 1.533.371 | 1.606.429 | 1.679.851 | 1.753.637 | 1.827.791 | 17.105.106 |

| | |
|------------------------------|-----------|
| Inflação Projetada | 7% |
| Fluxo de Caixa | |
| Cenário Esperado | |
| Custos Fixos | 73.650 |
| Faturamento Anual | 1.848.960 |
| Faturamento Mensal | 154.080 |
| Receita de Aluguel Mensal | 16.050 |
| Custo com Vendas Anual | 64.714 |
| Custo com Vendas Mensal | 5.393 |
| Alíquota de Tributação Vend | 14,93% |
| Imposto Simples | 23.967 |
| Vencimento à vista | 46.224 |
| Vencimento em D+30 | |
| 70% | 107.856 |
| Custo de Vendas Mensal | 5.393 |
| Parâmetro do Fluxo de Caixa | |
| Tx. de Juros Capital de Giro | 3,50% |
| Tx. de Juros Aplicação Fin. | 0,50% |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XXIII – FLUXO DE CAIXA OTIMISTA: ANO 02

| | Fluxo Anual Otimista (ano 2) | | | | | | | | | | | | TOTAL ANO | |
|------------------------------|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez | | |
| Saldo Inicial de Caixa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 978.408 |
| Receitas à vista | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 81.534 | 1.823.556 |
| Vendas no Cartão | 142.800 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 152.796 | 883.798 |
| Custos Fixos | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 73.650 | 91.678 |
| Custos Variáveis | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 7.640 | 417.033 |
| Imposto Simples | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 34.753 | 1.409.455 |
| Caixa Líquido Mensal | 108.292 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | 118.288 | - |
| Juros | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Amortização | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Aplicações Financeiras | 1.214.976 | 1.339.311 | 1.463.673 | 1.588.657 | 1.714.263 | 1.840.494 | 1.967.353 | 2.094.843 | 2.222.967 | 2.351.729 | 2.481.132 | 2.611.178 | 2.740.244 | 22.890.576 |
| Rendimentos | 6.048 | 6.075 | 6.697 | 7.318 | 7.943 | 8.571 | 9.202 | 9.837 | 10.474 | 11.115 | 11.759 | 12.406 | 13.054 | 107.445 |
| Saldo Final de Caixa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 28.601.949 |
| TOTAL | 1.669.691 | 1.814.046 | 1.939.030 | 2.064.636 | 2.190.867 | 2.317.725 | 2.445.216 | 2.573.340 | 2.702.102 | 2.831.504 | 2.961.550 | 3.092.244 | 3.222.967 | 28.601.949 |
| Inflação Projetada | | | | | | | | | | | | | 7% | |
| Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | | |
| Cenário Otimista | | | | | | | | | | | | | | |
| Custos Fixos | | | | | | | | | | | | | 73.650 | |
| Faturamento Anual | | | | | | | | | | | | | 2.619.360 | |
| Faturamento Mensal | | | | | | | | | | | | | 218.280 | |
| Receita de Aluguel Mensal | | | | | | | | | | | | | 16.050 | |
| Custo com Vendas Anual | | | | | | | | | | | | | 91.678 | |
| Custo com Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 7.640 | |
| Alíquota de Tributação Vend | | | | | | | | | | | | | 15,48% | |
| Imposto Simples | | | | | | | | | | | | | 34.753 | |
| Vencimento à vista | | | | | | | | | | | | | 65.484 | |
| Vencimento em D+30 | | | | | | | | | | | | | | |
| 70% | | | | | | | | | | | | | 152.796 | |
| Custo de Vendas Mensal | | | | | | | | | | | | | 7.640 | |
| Parâmetro do Fluxo de Caixa | | | | | | | | | | | | | | |
| Tx. de Juros Capital de Giro | | | | | | | | | | | | | 3,50% | |
| Tx. de Juros Aplicação Fin. | | | | | | | | | | | | | 0,50% | |

Fonte: elaborado pelo autor

ANEXO XXIV – VALOR PRESENTE LÍQUIDO

| | | Cálculo do valor presente líquido | | | | | | |
|-------------------------|--------|-----------------------------------|----------------------|----------------------|-----|-------------|-------------|---------------|
| | | Cenário Pessimista (A) | Cenário Esperado (B) | Cenário Otimista (C) | t | A | B | C |
| Custos Fixos | R\$ | 68.832 | 68.832 | 68.832 | 0 | -R\$ 66.946 | -R\$ 66.946 | -R\$ 66.946 |
| Faturamento Anual | R\$ | 1.188.000 | 1.908.000 | 2.628.000 | 1 | R\$ 15.736 | R\$ 63.883 | R\$ 109.704 |
| Faturamento Mensal | R\$ | 99.000 | 159.000 | 219.000 | 2 | R\$ 15.579 | R\$ 63.243 | R\$ 108.606 |
| Custo com Vendas Anual | R\$ | 35.280 | 60.480 | 85.680 | 3 | R\$ 15.423 | R\$ 62.610 | R\$ 107.518 |
| Custo com Vendas Mensal | R\$ | 2.940 | 5.040 | 7.140 | 4 | R\$ 15.268 | R\$ 61.982 | R\$ 106.441 |
| Impostos | R\$ | 11.333 | 20.599 | 32.214 | 5 | R\$ 15.115 | R\$ 61.362 | R\$ 105.375 |
| Investimento Inicial | R\$ | 66.946 | 66.946 | 66.946 | 6 | R\$ 14.964 | R\$ 60.747 | R\$ 104.320 |
| VPL | R\$ | 111.827 | 658.797 | 1.179.355 | 7 | R\$ 14.814 | R\$ 60.139 | R\$ 103.275 |
| | | | | | 8 | R\$ 14.666 | R\$ 59.536 | R\$ 102.240 |
| | | | | | 9 | R\$ 14.519 | R\$ 58.940 | R\$ 101.216 |
| | | | | | 10 | R\$ 14.373 | R\$ 58.350 | R\$ 100.203 |
| | | | | | 11 | R\$ 14.229 | R\$ 57.765 | R\$ 99.199 |
| | | | | | 12 | R\$ 14.087 | R\$ 57.187 | R\$ 98.205 |
| TMA (%) | % a.m. | 15 | 15 | 15 | VPL | R\$ 111.827 | R\$ 658.797 | R\$ 1.179.355 |

Fonte: elaborado pelo autor