



**PLANO DE NEGÓCIO:  
UAI BISTRÔ LTDA**

**BELO HORIZONTE  
2016**

**JACKSON MARQUES DE FARIA**

**PLANO DE NEGÓCIO:  
UAI BISTRÔ LTDA**

Trabalho apresentado à disciplina de Empreendedorismo e Elaboração de Projetos VI do Curso de Administração da FAMIG – Faculdade Minas Gerais como requisito parcial para obtenção de nota e conclusão do curso de Administração.

Orientador(a): Maximiliano Francisco de Oliveira

**BELO HORIZONTE**

**2016**

## SUMÁRIO

<b>1. SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....	4
1.1. Principais pontos do negócio .....	4
1.2. Dados do empreendedor, experiência profissional e atribuições .....	5
1.3. Dados do empreendimento .....	5
1.4. Missão.....	6
1.5. Visão .....	6
1.6. Formas jurídicas .....	6
1.7. Enquadramentos tributários.....	7
1.8. Capital social .....	7
1.9. Fonte de recursos .....	8
<b>2. ANÁLISE DE MERCADO</b> .....	9
2.1. Clientes .....	9
2.2. Concorrentes .....	9
2.3. Fornecedores.....	10
<b>3. PLANO DE MARKETING</b> .....	11
3.1. Produtos e serviços .....	11
3.2. Preço .....	12
3.3. Divulgação e promoção.....	13
3.4. Localização.....	14
<b>4. PLANO ESTRATÉGICO</b> .....	15
4.1. Análise de SWOT .....	15
4.2. BSC.....	16
<b>5. PLANO OPERACIONAL</b> .....	18
5.1. Layout.....	18
5.2. Processos operacionais .....	19
5.3. Plano de pessoal .....	20
<b>6. PLANO FINANCEIRO</b> .....	22
6.1. Investimento inicial .....	22
6.1.1. Investimento Fixo .....	22

6.1.2.	Investimentos pré-operacionais .....	23
6.1.3.	Estoques iniciais .....	23
6.1.4.	Investimento total e fontes de recursos .....	24
6.2.	Gastos com pessoal.....	25
6.3.	Remuneração dos sócios.....	26
6.4.	Projeção de despesas .....	27
6.5.	Custos do produto ou serviço .....	28
6.6.	Previsão de vendas .....	29
6.7.	Impostos sobre faturamento .....	30
6.8.	Projeções financeiras .....	30
6.8.1.	Fluxo de caixa.....	30
6.8.2.	Projeção de resultados .....	31
6.9.	Análise de Investimento .....	32
7.	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	33
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	34

## 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

### 1.1. Principais pontos do negócio

O mercado de gastronomia é constituído por estabelecimentos que oferecem refeições para seus clientes, como restaurantes, bares, cafeterias, bistrôs, entre outros. Contudo, os mesmos possuem características e público alvo distintos. Como objetivo, o trabalho será confeccionado utilizando o conceito e alguns processos do bistrô como *benchmarking*.

Entretanto, a proposta do Uai Bistrô é planejar e executar todo jantar ou evento gastronômico na casa dos clientes, assim a ideia será transformar a sala da casa dos clientes em um verdadeiro restaurante bistrô ou no mais parecido possível. A ideia amadureceu junto a uma feira de negócios da faculdade FAMIG, onde se observou a viabilidade de ofertar um jantar completo, confeccionado na frente das pessoas, sem perder o charme, o prazenteiro e principalmente o sabor das receitas ofertadas. Portanto, todo o planejamento e execução em locais distintos, a logística de transporte e as estruturas variadas encontradas no cotidiano da empresa não afetam o resultado final dos produtos e serviços.

Vislumbrando que este modelo de negócio já está solidificado em São Paulo, e ainda não existem muitos empreendimentos deste ramo em Belo Horizonte, o Uai Bistrô será um dos pioneiros neste mercado. A inspiração partiu dos bistrôs tradicionais franceses, porém, o objetivo maior sempre será possuir uma identidade exclusiva.

A empresa irá dispor de uma pequena estrutura, como profissionais especializados, vasilhames para preparar e servir as receitas, elementos de decoração, entre outros itens; tudo nos padrões da cozinha internacional contemporânea, para tornar qualquer encontro ou evento memorável para todos os envolvidos.



## 1.2. Dados do empreendedor, experiência profissional e atribuições

Na frente da gestão do Uai Bistrô, se encontra o administrador e CEO<sup>1</sup> Jackson Marques de Faria, brasileiro, solteiro e residente do município de Lagoa Santa, localizada na região metropolitana de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais. Segue o e-mail pessoal para contato: [jmfaria\\_br@yahoo.com.br](mailto:jmfaria_br@yahoo.com.br)

Formando em Administração de Empresas no ano de 2017, atua no comércio varejista desde os anos 2000 até a data atual. Com amplo *know-how* em situações comerciais, no que tange desde a pré-venda, prospecção de novos e atuais clientes, no atendimento e fidelização dos mesmos, e até mesmo a ênfase em pós-vendas. Profissional de fácil aprendizado e bastante pró-atividade para *Problem Solver*.

Como missão geral do CEO, a visão sistêmica será cuidar do futuro da empresa, sem descuidar do presente, alinhado em torno dos objetivos práticos da organização. Como principais funções, está a elaboração de novas estratégias e soluções para o negócio, fundamentado no cumprimento de objetivos e metas bem definidas, aliado a liderança e coordenação de equipes e parceiros.

Para conseguir isso, será necessário muita diplomacia em suas relações, e pôr bastante energia em suas atitudes. Apesar dos grandes poderes, é um cargo de muitas responsabilidades.

## 1.3. Dados do empreendimento

A empresa rege-se sob a denominação social de UAI BAR E BISTRÔ LTDA, e Uai Bistrô como nome de fantasia. Terá sede no condomínio Boulervard, pertencente ao município de Lagoa Santa, Minas Gerais.

---

<sup>1</sup> CEO – *Chief Executive Officer* – Diretor Executivo: É a pessoa com maior autoridade na hierarquia operacional de uma organização.

#### **1.4. Missão**

Atender e superar as expectativas dos clientes e parceiros, que desejam um ótimo jantar sem sair da segurança e conforto da sua casa. Sendo assim, nossa missão será ofertar uma gastronomia e atendimento diferenciado, tornando a estrutura da sua casa em um genuíno bistrô.

Responsabilidade social também compõe nossa missão, que através de programas de fidelização, como Cozinhas para Mini Chefes e Workshop de vinhos ou comidas orgânicas, irão agregar valor para comunidade.

#### **1.5. Visão**

Ser uma empresa confiável e reconhecida, no mercado da capital mineira, como referência na qualidade de sua gastronomia e dos seus serviços, num período de 05 anos.

Ademais, baseando em uma administração organizada, aplicando os fundamentos e critérios de excelência, nos moldes propostos pelo Modelo de Excelência de Gestão (MEG), o Uai Bistrô também almeja transformar a sua marca em um novo produto e ser reconhecido também como destaque nacional no mercado gastronômico.

#### **1.6. Formas jurídicas**

O Uai Bistrô efetuará suas operações na forma jurídica Simples Nacional. Este é um regime tributário facilitado e simplificado para micro e pequena empresa, que permite o recolhimento de todos os tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia. A alíquota é diferenciada conforme o faturamento, separado em faixas até a receita bruta anual de até R\$ 3,6 milhões.

Dentro da Lei Complementar nº 123/06, o Simples Nacional também é chamado de Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

Dentre as vantagens do Simples Nacional para o bistrô, podem ser resumidas como segue:

- Possibilidades de menor tributação do que em relação a outros regimes tributários (como Lucro Real ou Presumido).
- Maior facilidade no atendimento da legislação tributária, previdenciária e trabalhista.
- Simplificação no pagamento de diversos tributos abrangidos pelo sistema, mediante uma única guia.

Entre outras possíveis vantagens designadas pelo governo nacional.

### 1.7. Enquadramentos tributários

Por ser uma empresa LTDA, o enquadramento tributário é o Simples Nacional, além dos demais impostos a serem recolhidos, como, IRPJ, PIS, COFINS, CSLL, ICMS, ISSQN e INSS.

### 1.8. Capital social

O Capital social é de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), dividido em 50.000 quotas, de valor unitário de R\$1,00 (um real), subscrito e integralizado em moeda corrente do País neste ato, distribuído entre o sócio da seguinte forma:

Contudo, vale ressaltar que, a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, de acordo com a Lei n.º 10.406 de 10 de janeiro de 2002 (JUSBRASIL, 2002).

Quadro 1: Capital Social

CAPITAL SOCIAL					
NOME	%	Nº DE QUOTAS	VALOR UNIT.	TOTAL	
Jackson Marques de Faria	100%	50.000	R\$ 1,00	R\$ 50.000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 50.000,00</b>	<b>R\$ 1,00</b>	<b>R\$ 50.000,00</b>	

Fonte: Elaborado pelo autor

## 1.9. Fonte de recursos

Uma vez que, o sócio majoritário concederá grande quantidade do valor financeiro necessário para abertura do Uai Bistrô, as operações iniciais necessitam de mais investimentos neste viés. Logo, o montante necessário para investimentos futuros, será captada junto a instituições financeiras, como bancos ou investidores anjos, que possam ser pessoas físicas ou jurídicas detentoras de capital próprio para investir no projeto.

Assim sendo, esta concessão de crédito, junto à terceiros, será a modalidade do empréstimo a longo prazo, que propicia alavancagem financeira e sendo um componente desejável na estrutura de capital do bistrô.

De modo geral, o empréstimo deverá possuir vencimento entre três ou cinco anos; juros condizentes ao mercado e ao período da efetuação; e quando estiver a um ano do vencimento, os contadores do bistrô passarão o empréstimo a longo prazo para o passivo circulante, porque nesse ponto ele se tornou uma obrigação a curto prazo.

As cláusulas padronizadas de empréstimos normalmente não trazem problemas para empresas em boa situação financeira e aquelas mais comuns são:

1. Exige-se que o tomador mantenha registros contábeis satisfatórios, de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos;
2. Exige-se que o tomador apresente periodicamente demonstrações financeiras auditadas, as quais são usadas pelo credor para monitorar a empresa e forçar o cumprimento do contrato de empréstimo;
3. O tomador deve pagar os impostos e outras obrigações no vencimento;
4. O credor exige que o tomador mantenha todas as suas instalações em bom estado, garantindo a continuidade de seu funcionamento.

## **2. ANÁLISE DE MERCADO**

### **2.1. Clientes**

O público-alvo (*target*) que a empresa busca, são pessoas de classes média ou média alta, composto basicamente por pessoas casadas ou com uniões estáveis, de ambos os sexos, com nível de escolaridade médio e, em sua maioria, superior ou aquelas que possam desfrutar do conforto e qualidade ofertados.

Além disto, pessoas que procuram um Buffet domiciliar, que ofereça a proposta de ser diferenciado na culinária, no atendimento; aliado a praticidade, segurança e comodidade, agregando o conforto de um ambiente acolhedor, a sua própria casa ou espaço escolhido.

Portanto, o nosso futuro consumidor terá um perfil bem específico, é aquele que aprecia a cultura, e geralmente, decide sua compra ou consumo em valor agregado, e não somente em custo baixo. Contudo, a empresa fará uma pesquisa mensal para conhecer e cadastrar, praticamente, todos os clientes do bistrô, podendo assim praticar estratégias de marketing para fidelização dos mesmos.

### **2.2. Concorrentes**

Além de restaurantes, bares e cafeterias, Belo Horizonte possui aproximadamente 40 bistrôs em operação. Cada um deles possui identidade exclusiva, decoração do ambiente diversificada, cardápio especializado e qualidade nos seus serviços; tudo voltado para se destacar perante a concorrência.

Contudo, o Uai Bistrô também ofertará estes pontos principais aos seus clientes, porém, o grande diferencial do Uai será o *delivery* de todo produto, serviço e estrutura ou a localização residencial dos clientes, que transmite praticidade, conforto, segurança, comodidade, entre outros aspectos intrínsecos.

O Uai Bistrô, até a data atual, não dispõe de concorrentes diretos, pois ainda é uma grande inovação a estratégia de estabelecer um negócio em várias localidades, sendo elas, a casa dos

clientes.

### 2.3. Fornecedores

Os fornecedores são uma parte importante no processo do bistrô e grande responsável pela qualidade do produto final. Assim, devem ser escolhidos com muita responsabilidade e segurança pelo gestor.

Para iniciar as operações, o Uai Bistrô classificou o abastecimento em três tipos:

**Móveis e utensílios:** Neste setor se enquadram qualquer tipo de material que não esteja relacionado comida, bebida e nem sistemas. Para a compra inicial será analisado empresas de renome no mercado que atendam a necessidade do bistrô, a que oferta o melhor custo x benefício e manutenção quando necessário.

**TI:** Neste setor se encaixa a escolha do sistema de informação e manutenção do mesmo. Mesmo se tratando de uma empresa de pequeno porte, um sistema ideal para o Uai Bistrô deverá conter as funções básicas, como controle de estoque, financeiro, entre outros; mas também as funções inovadoras, como exemplo a descoberta de possíveis clientes interessados nesta nova proposta. Existem alguns programas gratuitos disponíveis, mas priorizando a segurança e performance do negócio, será escolhido uma organização que ofereça um software que interligue estas funções e que o mesmo conceda o suporte e consultoria necessária.

**Matéria-Prima:** Nesta esfera está toda matéria-prima pertencente às comidas e bebidas. Por se tratar de uma organização gastronômica, o Uai Bistrô segregará os fornecedores deste setor. Para compra dos suprimentos, o responsável direto pela cozinha deverá optar por produtos frescos, de bastante qualidade e escolhidos “a dedo” nos supermercados da região. Os temperos e especiarias serão adquiridos nas bancas do mercado central, por oferecerem maior variedade e produtos de qualidade indiscutível. Para as bebidas, será escolhido um distribuidor que faça a entrega dos produtos, selecionados pelos clientes, sempre que existir a necessidade. Ademais, será comprado um estoque de vinhos e destilados que atendam a necessidade dos nossos clientes.

### 3. PLANO DE MARKETING

#### 3.1. Produtos e serviços

O conjunto de produtos e serviços ofertados pelo Uai Bistrô tem como estratégia posicionar a empresa como destaque gastronômico na cidade, e também, apontar para região uma opção diferenciada de entretenimento, alimentação, ambiente e serviços. Assim sendo, para conseguir atingir estas metas, será ofertada uma gama de produtos e serviços que atendam a expectativa dos clientes.

**Cardápio especializado:** A empresa prezarà pela excelência na comida que será ofertada. Contará com um cardápio personalizado junto aos clientes, com pratos sofisticados, utilizando muitos ingredientes e temperos tradicionais da culinária mineira; e bebidas distintas no qual o cliente terá a oportunidade de experimentar e harmonizar diferentes sabores.

Como exemplo, segue o cardápio completo confeccionado para o evento teste que ocorreu no dia 09 de Outubro de 2016, onde foi ofertada uma degustação gratuita na Feira de Negócios da faculdade FAMIG.

**ENTRADA:** Bocada de Queijo Minas com geleia de Jabuticaba

**PRATO PRINCIPAL:** Costelinha de Porco acompanhada de Purê de Hortelã e Crispy de Couve

**SOBREMESA:** Doce de Leite com Limão Siciliano e farofa de Castanha do Pará

**Atendimento personalizado:** A empresa se caracterizará por possuir um bom relacionamento com as pessoas, atributo indispensável para um empreendimento que estará em constante contato com pessoas. O atendimento prestado aos clientes será de alto padrão, devido a capacitação e treinamento dos colaboradores envolvidos.

O objetivo é fazer um “bistrô” dentro da casa dos clientes. Levando uma pequena estrutura, planejada junto aos clientes nas primeiras negociações, junto com o Maitre, Chef de Cozinha, Ajudante, Garçom e auxiliar de limpeza, para deixar sua cozinha limpinha após o evento.

A duração é de 4 horas de evento. Recepcionando os convidados, servindo as bebidas e entradas, depois o garçom retira os pedidos dos pratos principais, igual a um bistrô convencional, e leva-os “empratado”, e por fim é servido o pedido da sobremesa.

Tudo isso para fidelizar o cliente, introjetando uma imagem confiável e o desejo de o cliente realizar o mais breve possível o próximo evento ou a indicação à outras pessoas.

### **3.2. Preço**

De acordo com Bernadi (2003), habitualmente o preço é definido pela abordagem de custos, lucro e despesas. Isto incorre em preços estruturados de dentro para fora da organização. Contudo, a nova realidade do mercado e a disputa da concorrência faz com que muitas vezes o próprio mercado sinalize o preço que está disposto a pagar por determinado produto. Um novo ponto de vista para política de preços deve tomar em consideração as relações de produto x demanda, volume x lucro, concorrência, penetração de mercado, conquista de novos clientes, e claro, a percepção de valor para o cliente.

A proposta será diferente, o preço cobrado será maior, pois o cardápio apresentará pratos sofisticados e personalizados.

Como exemplo de precificação, segue o cardápio utilizado no evento da faculdade FAMIG.

**EVENTO:** Jantar completo para 30 pessoas = R\$2.190,00

[Entrada + Prato principal + sobremesa + estrutura para preparo (Fogão, Forno e Botijões à gás)]

Portanto, o bistrô sempre estará atento ao custo, ao mercado, a concorrência e as estratégias utilizadas em detrimento do cenário da época, para confeccionar preços justos aos clientes acarretando lucro à organização.

### 3.3. Divulgação e promoção

Entre os meios de comunicação modernos, a propaganda, a promoção de vendas e o merchandising são os mais utilizados (BERNADI, 2003). Os diferentes meios devem ser escolhidos e utilizados tomando em conta o tamanho do negócio, o público que se deseja atingir e a comunicação que se deseja passar. Existem meios caros como campanhas em televisão, eventos, patrocínios; assim como alternativas mais econômicas como o marketing de guerrilha, marketing de emboscada e o marketing de relacionamento.

O Uai Bistrô acredita que tornar a marca conhecida é um grande desafio, contudo, é uma maneira eficiente e duradoura de promover e divulgar a organização. Ademais, a combinação do excelente atendimento, cardápio sofisticado e serviço diferenciado são essenciais na vida da empresa.

Assim a empresa criará uma reputação com o passar do tempo e fará seu nome dentro do mercado da sua cidade. Num primeiro momento, será o famoso boca-a-boca, e indicações que criarão uma clientela fiel.

Entretanto, como todo novo negócio, será necessário colocar o bistrô em evidência. Atrair um primeiro número de pessoas para conhecer a nova proposta, em um local aconchegante, com uma degustação gratuita.

Para esse objetivo, serão utilizadas as ferramentas do marketing de guerrilha, como convites ao evento, onde especialistas e formadores de opinião do ramo façam seus comentários, pois, desta forma busca-se promover o serviço do bistrô por meio de críticas positivas em blogs e espaço em mídia especializada gratuitamente.

O relacionamento virtual para o bistrô será uma excelente ferramenta, pois além de possuir baixo custo, possibilita um contato direto com o seu público. Então, será criado um site profissional apresentando a proposta do empreendimento, os cardápios utilizados em eventos anteriores e contato para esclarecimentos de possíveis dúvidas ou sugestões.

Outra ferramenta que será executada virtualmente é o *Facebook*. Por meio dela, será feito promoções e divulgações com dicas de receitas, harmonizações ideais, fotos dos eventos, etc.

Também será confeccionado material gráfico, como panfletos e mídias no caminho dos clientes, entre outros. O material será de alta qualidade, de forma que chame a atenção e desperte o interesse do público em conhecer o serviço do bistrô.

A empresa também pretende aplicar algumas ações de emboscada, identificando qual, onde e quando, o “concorrente” anuncia seus produtos e serviços, como feiras gastronômicas e posteriormente inserir as campanhas do Uai Bistrô.

Portanto, como vários outros micros e pequenos empresários, o bistrô se propõe de maneira criativa, lançar de outras finalidades para certas ferramentas, sem os altos investimentos que as mídias convencionais demandam.

### **3.4. Localização**

O Uai Bistrô trabalhará com a estrutura do cliente, onde ocorrerá a realização dos eventos. Contudo, o plano será estabelecer a sede da empresa em uma localização já definida. Este local será um condomínio, reservado aos associados.

Aproveitando a reputação de ambiente sofisticado e requintado, além de se caracterizar, também, pela movimentação de pessoas durante a noite, por se tratar do “bairro” onde moram, o Uai Bistrô ofertará uma experiência gastronômica repleta de sabores e percepções de segurança pessoal e patrimonial na própria sede da empresa, assim prospectando novos clientes e dando o pontapé inicial em suas operações.

Uma análise importante, é que no local onde será estabelecido o bistrô estão moradores que possuem o estilo de vida compatível com a identidade do negócio e com o nível de renda do público-alvo que se deseja atingir.

## **4. PLANO ESTRATÉGICO**

### **4.1. Análise de SWOT**

A nomenclatura *SWOT* é originada do idioma inglês e reproduzida pelo siglônimo das palavras *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Aqui no Brasil, esta ferramenta é conhecida como F.O.F.A., a qual é acrógrafo das mesmas palavras na língua portuguesa, porém classificadas na ordem diferente.

A análise estratégica da *SWOT* possibilitará ao Uai Bistrô identificar aspectos internos, como forças e fraquezas da organização, tal como visualizar aspectos externos, como as oportunidades e ameaças no mercado. Após a montagem, a visualização do momento ou situação da empresa fica simples, auxiliando a descoberta de sugestões estratégicas para as tomadas de decisões.

A primeira tarefa do Uai Bistrô é a análise do ambiente interno na qual são avaliados forças, fraquezas. Deste modo a análise da performance, observando os seguintes itens: vendas, satisfação do cliente, qualidade de produto, associações de marcas, custo, lançamentos de produtos, qualificação e desempenho de toda a equipe.

Após observar, verificar e interpretar o ambiente interno faz-se necessário efetuar a análise do ambiente externo, que resulta de uma análise detalhista dos aspectos como concorrência, cenário econômico, matéria-prima sazonal, oportunidades de participações em eventos gastronômicos sendo objetivos relevantes para a organização.

Quadro 2: Matriz SWOT

<p style="text-align: center;"><b>PONTOS FORTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Localização privilegiada (casa do cliente)</li> <li>• Equipe bem treinada e motivada</li> <li>• Atendimento em nível de excelência</li> <li>• Mix de produtos personalizados</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PONTOS FRACOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixa experiência no segmento</li> <li>• Pouca força da marca</li> <li>• Capital social reduzido</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necessidade latente por experiências confortáveis, práticas e seguras</li> <li>• Eventos Gastronômicos</li> <li>• Poucos concorrentes no mercado, devido ser um serviço inovador</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sazonalidade da Matéria Prima</li> <li>• Crise da Economia</li> <li>• Crescimento da Concorrência</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelo autor

## 4.2. BSC

O Balanced Scorecard (BSC) fornece um referencial de análise da estratégia utilizada para a criação de valor, sob quatro diferentes perspectivas: Processos financeiros, clientes, perspectiva de processos internos e aprendizagem e crescimento.

Portanto, no Uai Bar Bistrô, a funcionalidade do Balanced Scorecard (BSC) será como um sistema de informação, que auxiliará nas tomadas de decisões de maneira mais racional possível, aumentando a transparência e a partilha da informação dentro da empresa.

Sendo assim, com BSC, o gestor do Uai Bistrô terá a capacidade de analisar a missão e a visão da organização, bem como os aspectos internos e externos, e posteriormente avaliar se as estratégias da empresa estão condizentes com o planejamento estratégico do Uai Bistrô.

Quadro 3: Estratégia BSC

PERSPECTIVA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	METAS	PLANO DE AÇÃO
Financeira	Aumentar a rentabilidade da organização.	Fluxo de Caixa positivo	Aumentar em 10% a lucraividade	Melhor utilização e aplicação das estratégias
	Tomar os nossos produtos e serviços mais atraentes do que aqueles dos concorrentes.			
	Obter receita extra (através de monetização das redes sociais e acessos ao site).			
Cliente	Fidelizar os clientes através de campanhas interativas e inovadoras.	Medição periódica da satisfação dos clientes	90% dos clientes satisfeitos	Realizar pesquisa de satisfação ou avaliação de desempenho
	Ofertar canal de dicas com receitas, harmonizações e resoluções de dúvidas frequentes sobre gastronomia em geral.			
	Fomentar aos clientes a importância do trabalho voluntário e social.			
Processos Internos	Workshop de vinhos (harmonização, acondicionamento, utensílios p/ servir, etc).	Realizar as atividades com eficiência	Lançar inovações em período anual ou semestral	Envolvimento efetivo da equipe, clientes e sociedade
	Cozinha para Mini Chefs (colônia de férias para primeiro contato das crianças na gastronomia).			
	Tomar-se uma empresa confiável para os clientes.			
	Proporcionar um almoço/jantar solidário para asilos (refeições balanceadas).			
Inovação e Aprendizado	Capacitação dos profissionais (cursos p/ maitre, enólogo, chef e subchef, etc).	Avaliação do nível de capacitação da equipe	Melhoria contínua do clima organizacional	Implantar programas de capacitação intelectual
	Investir em sistemas de Tecnologia de Informação (redes sociais, site mais interativo, etc).			
	Tomar a marca conhecida (aumentar o networking).			

Fonte: Elaborado pelo autor

## 5. PLANO OPERACIONAL

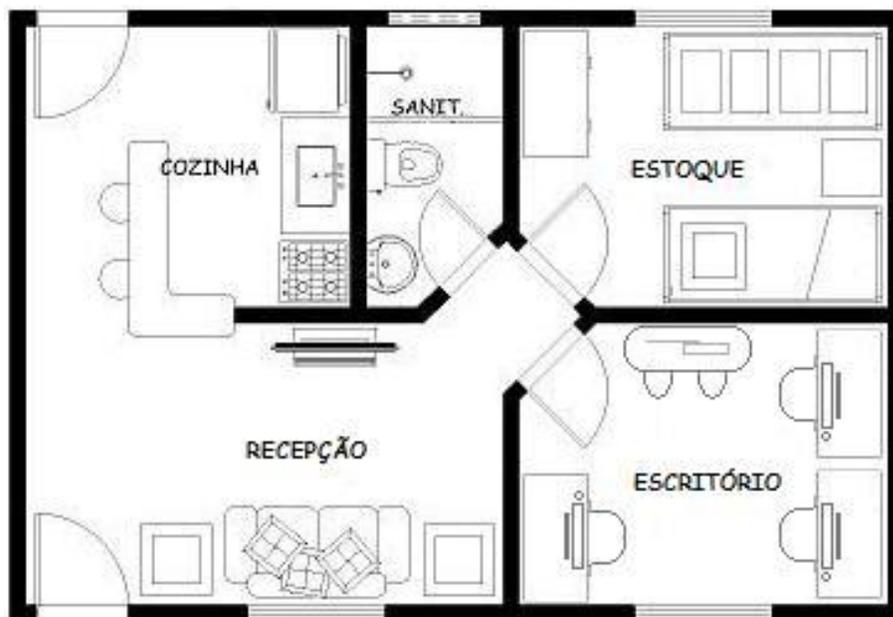
### 5.1. Layout

O *Layout* tem um papel importante em uma empresa, decidir onde colocar todas as instalações, máquinas, equipamentos e pessoas da organização. Dentro de um espaço disponível, na casa dos clientes, o Uai Bistrô procura uma combinação otimizada das instalações, a fim de permitir o máximo de rendimento, por meio da melhor distância e o menor tempo possível.

Ademais, o Uai Bistrô traçará alguns objetivos dos estudos de *Layout*, como, obter um fluxo eficiente de comunicação junto aos contratantes, a fim de, facilitar a supervisão dos processos, reduzir a fadiga dos colaboradores, impressionar favoravelmente clientes e visitantes, e aumentar a flexibilidade para mudanças necessárias que poderá haver.

No entanto, o Uai Bistrô contará com uma sede empresarial, onde estabelecerá escritório, estoques de alimentos não perecíveis, bebidas em geral e vasilhames utilizados nas operações do bistrô.

Figura 1: Layout Sede da empresa



Fonte: Elaborado pelo autor

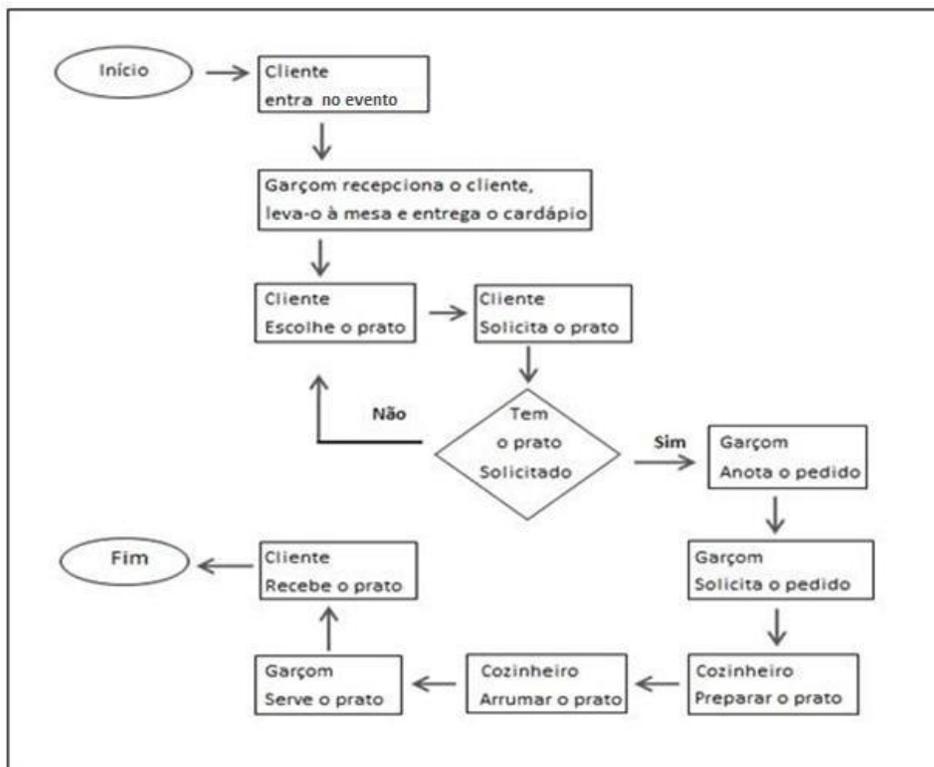
## 5.2. Processos operacionais

Não é por acaso que os fluxogramas são bastante populares, pois oferecem vantagens como simplificação da leitura e da identificação do processo, além de uma visão clara e ampla de todo o processo de forma gráfica padronizada.

Como processo, utiliza-se o primeiro atendimento ao cliente, baseado em um dos aspectos mais importante da cultura organizacional da empresa, o bom atendimento, rico em educação e profissionalismo, que é primordial para o sucesso da empresa. Todo esse processo é feito com excelência em qualidade, desde a recepção dos convidados à sua despedida do evento. Segue abaixo a descrição do processo.

O Maitre ou garçom receberá o convidado no evento e acomodará à mesa, definida junto ao cliente, posteriormente, oferecerá uma bebida e deixá-lo à vontade. Feito isso, o garçom receberá o pedido e entregará na cozinha. O chef colocará o pedido na fila, chegado a sua vez o cozinheiro preparará a refeição. Concluído, o cozinheiro coloca a refeição na fila de entrega e o garçom será avisado, assim buscará a refeição na cozinha e servirá ao cliente, completando este processo.

Figura 2: Fluxograma do processo de primeiro atendimento ao cliente



Fonte: Elaborado pelo autor

### 5.3. Plano de pessoal

O organograma da empresa se dispõe, no período inicial, conforme a figura 3 abaixo:

Figura 3: Organograma de empresa



Fonte: Elaborado pelo autor

Segue as funções exercidas dos cargos da empresa e as descrições dos mesmos:

**Administrador:** Responsável pela organização planeja e orienta o uso dos recursos financeiros, físicos, tecnológicos e humanos das empresas, buscando soluções para todo tipo de problema administrativo. Ele se relaciona com todas as áreas da empresa, como, material, marketing, produção, organização e métodos, recursos humanos e administração financeira.

**Contador:** O único setor terceirizado da empresa, que tem como finalidade, legalizar a empresa, elaborando contrato social/estatuto e notificando encerramento junto aos órgãos competentes, administrar os tributos da empresa, controlar o ativo permanente e gerenciar os custos, administrar o departamento de pessoal, preparar obrigações acessórias, tais como declarações acessórias ao fisco, órgãos competentes e contribuintes e administra o registro dos livros nos órgãos apropriados e atender solicitações de órgãos fiscalizadores e realizam perícia.

**Chef de cozinha:** É o profissional responsável pela seleção dos ingredientes, pela preparação dos pratos, pela combinação dos sabores e pela sua apresentação. É de responsabilidade do chef de cozinha manter a ordem e a higiene na cozinha, além de coordenar seus auxiliares no preparo dos pratos.

**Garçom:** É o profissional responsável por atender os clientes, anotar seus pedidos, servi-los, retirar os restos da mesa, e, solicitar que as limpe quando necessário. Ele deve garantir que não falte nada aos clientes e que eles estejam satisfeitos com os produtos e serviços oferecidos pelo bistrô.

**Auxiliar de Cozinha:** O responsável pelo cargo auxiliará o Chefe de cozinha no preparo do prato solicitado pelo cliente, verificando a qualidade dos gêneros alimentícios, minimizando riscos de contaminação. Ademais, trabalhará em conformidade a normas e procedimentos técnicos e de qualidade, segurança, higiene e saúde.

**Auxiliar de limpeza:** O auxilia de limpeza, realiza a higienização e limpeza de todos os serviços do bistrô.

## 6. PLANO FINANCEIRO

### 6.1. Investimento inicial

Para o cálculo do investimento inicial, foram consideradas as necessidades de gastos para abertura do empreendimento, considerando os investimentos fixos ou imobilizado, investimentos pré-operacional, como documentação e uniformes, estoque inicial e a disponibilidade de capital de giro para sustentabilidade dos primeiros meses do negócio.

#### 6.1.1. Investimento Fixo

O investimento fixo é necessário para compra de bens, sendo equipamentos, móveis e utensílios, veículo para locomoção e transporte para os eventos, entre outros. No quadro 4, se encontra o detalhamento de valores para esta categoria de investimento.

Quadro 4: Investimento Fixo

INVESTIMENTO FIXO			
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNIT.	TOTAL
Liquidificador indust.	2	R\$ 323,00	R\$ 646,00
Freezer	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Geladeira	1	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00
Fogão	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Cafeteira	1	R\$ 399,00	R\$ 399,00
Forno Elétrico	1	R\$ 1.851,00	R\$ 1.851,00
Jogo de mesa e cadeira p/ escritório	3	R\$ 299,00	R\$ 897,00
Impressora	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
Computadores	3	R\$ 950,00	R\$ 2.850,00
Microondas	1	R\$ 235,00	R\$ 235,00
Ar condicionado	1	R\$ 1.013,00	R\$ 1.013,00
Aparelho de Jantar 25 peças	5	R\$ 389,00	R\$ 1.945,00
Jogo de copos	5	R\$ 87,00	R\$ 435,00
Toalhas de mesas	15	R\$ 39,80	R\$ 597,00
Aparelho de telefone	1	R\$ 68,00	R\$ 68,00
Utensílios em geral (conj)	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Botijão de gás P13 (vazio)	2	R\$ 110,00	R\$ 220,00
Veículo	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>R\$ 41.263,80</b>	<b>R\$ 46.656,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

### 6.1.2. Investimentos pré-operacionais

O quadro 5 demonstra os gastos realizados antes do início das atividades do Uai Bistrô. Os investimentos pré-operacionais englobam gastos como a legalização da empresa, reforma do escritório, uniforme da equipe, marketing estratégico, entre outros.

Quadro 5: Investimentos pré-operacionais

<b>INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS</b>		
<b>ITEM</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR</b>
1	Documentação	R\$ 499,00
2	Material de Escritório	R\$ 470,00
3	Material de Limpeza	R\$ 1.200,00
4	Publicidade / Marketing	R\$ 2.000,00
5	Reforma do escritório	R\$ 1.000,00
6	Uniformes p/ equipe (conj)	R\$ 2.900,00
7	Capital de Giro	R\$ 10.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 18.069,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

### 6.1.3. Estoques iniciais

A definição dos produtos para compor o estoque será confeccionada posteriormente, pois as compras serão efetuadas após o fechamento dos contratos, devido a possibilidade de personalização do cardápio.

Entretanto, depois do evento teste efetuado anteriormente, segue no quadro 6 o estoque necessário na oportunidade, e o mesmo foi utilizado para basear na formação de preços de vendas dos serviços e produtos da organização. Ademais, o mesmo também foi utilizado e multiplicado, de acordo com a projeção de vendas, para atender a demanda mensal.

Contudo, é importante ressaltar, que os ingredientes utilizados nos preparos das refeições são adquiridos diariamente, havendo a necessidade de serem frescos e suculentos.

Quadro 6: Estoque inicial para Evento (30 pessoas) e para Jantar (10 pessoas)

<b>ESTOQUE INICIAL P/ EVENTOS</b>			
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Entrada - Bocada de Queijo c/ Geléia de Jabuticaba</b>			
Queijo Minas fresco	1/2	R\$ 19,00	R\$ 9,50
Geléia de Jabuticaba (frasco 50ml)	2	R\$ 18,00	R\$ 36,00
Colher Ind Branca 25 peças	2	R\$ 3,29	R\$ 6,58
<b>Prato Principal - Costelinha de Porco com Purê de Hortelã e Crispy de Couve</b>			
Costela Suína Inteira (kg)	2,500	R\$ 18,97	R\$ 47,43
Batata Inglesa (kg)	4	R\$ 3,49	R\$ 13,96
Temperos e Ervas (kit completo)	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Leite Integral (litro)	1	R\$ 2,99	R\$ 2,99
Queijo Provolone (pedaço)	0,500	R\$ 29,95	R\$ 14,98
Pimenta Biquinho	1	R\$ 9,90	R\$ 9,90
Prato Oval 10 peças	5	R\$ 6,79	R\$ 33,95
Garfo SOB 50 peças	1	R\$ 1,99	R\$ 1,99
<b>Sobremesa - Doce de Leite com Limão Siciliano e Farofa de Castanha do Pará</b>			
Doce de Leite Tradicional (lata 20ml)	2	R\$ 19,00	R\$ 38,00
Limão Siciliano Importado (kg)	0,650	R\$ 8,90	R\$ 5,79
Castanha do Pará (pcte 50g)	1	R\$ 6,20	R\$ 6,20
Copos 25 ml Crist. 10 peças	5	R\$ 4,90	R\$ 24,50
Colher de Café Crist. 100 peças	1	R\$ 2,39	R\$ 2,39
<b>SUBTOTAL</b>	<b>30,15</b>	<b>R\$ 175,76</b>	<b>R\$ 274,15</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>R\$ 2.741,45</b>
<b>ESTOQUE INICIAL P/ JANTAR</b>			
<b>SUBTOTAL</b>	<b>9,05</b>	<b>R\$ 58,59</b>	<b>R\$ 91,38</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>R\$ 548,29</b>
<b>TOTAL ESTOQUES MENSAL</b>			<b>R\$ 3.289,74</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

#### 6.1.4. Investimento total e fontes de recursos

Segue, nos quadros 7 e 8, o resumo de todos os investimentos necessários para abertura do Uai Bistrô. Também está relacionado a origem dos recursos financeiros para o início das operações da organização.

Quadro 7: Resumo dos investimentos

<b>RESUMO DOS INVESTIMENTOS</b>		
<b>ITEM</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR</b>
1	Investimento Fixo	R\$ 46.656,00
2	Investimento Pré- Operacional	R\$ 18.069,00
3	Estoques Iniciais	R\$ 3.289,74
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 68.014,74</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 8: Fonte de recursos

<b>FONTES DE RECURSOS</b>		
<b>FONTES</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL</b>
Jackson Marques de Faria	71,43%	R\$ 50.000,00
Recursos de Terceiros	28,57%	R\$ 20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 70.000,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

## 6.2. Gastos com pessoal

Para o Uai Bistrô, o salário de admissão, inicialmente, será a média dos salários identificados na pesquisa salarial para cada grupo ocupacional. Contudo, a empresa melhorando seu fluxo de caixa e constatando o sucesso do negócio, é seguro e estratégico bonificar os colaboradores responsáveis por tal feito, sendo por meio de participação nos lucros ou aumento salarial. A seguir estão os quadros 9, 10 e 11 que demonstram os gastos, mensais e anuais, financeiros com os colaboradores, como salários, provisões de férias e encargos tributários.

Quadro 9: Salários colaboradores

<b>GASTOS COM PESSOAL</b>				
<b>ITEM</b>	<b>FUNÇÃO</b>	<b>Nº EMPREGADOS</b>	<b>SALÁRIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Chef de Cozinha	1	R\$ 2.096,00	R\$ 2.096,00
2	Auxiliar de Cozinha	1	R\$ 910,00	R\$ 910,00
3	Auxiliar de Limpeza	1	R\$ 910,00	R\$ 910,00
4	Garçom	1	R\$ 1.076,00	R\$ 1.076,00
5	Administrador (Maitre)	1	R\$ 910,00	R\$ 910,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 5.902,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 10: Despesas mensais colaboradores

ENCARGOS, PROVISÕES E DESPESAS COM PESSOAL							
ITEM	FUNÇÃO	FGTS	INSS	SALÁRIO	13º SALÁRIO	PROVISÃO DE FÉRIAS	TOTAL
1	Chef de Cozinha	R\$ 167,68	R\$ 565,92	R\$ 2.096,00	R\$ 174,67	R\$ 232,88	R\$ 3.237,15
2	Auxiliar de Cozinha	R\$ 72,80	R\$ 245,70	R\$ 910,00	R\$ 75,83	R\$ 101,11	R\$ 1.405,44
3	Auxiliar de Limpeza	R\$ 72,80	R\$ 245,70	R\$ 910,00	R\$ 75,83	R\$ 101,11	R\$ 1.405,44
4	Garçom	R\$ 86,08	R\$ 290,52	R\$ 1.076,00	R\$ 89,67	R\$ 119,55	R\$ 1.661,82
5	Administrador (Maitre)	R\$ 72,80	R\$ 245,70	R\$ 910,00	R\$ 75,83	R\$ 101,11	R\$ 1.405,44
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 472,16</b>	<b>R\$ 1.593,54</b>	<b>R\$ 5.902,00</b>	<b>R\$ 491,83</b>	<b>R\$ 655,76</b>	<b>R\$ 9.115,29</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 11: Despesas anuais colaboradores

ENCARGOS, PROVISÕES E DESPESAS COM PESSOAL						
DESCRIÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	...	MÊS 12	TOTAL
Salário	R\$ 5.902,00	R\$ 70.824,00				
FGTS	R\$ 472,16	R\$ 5.665,92				
INSS	R\$ 1.593,54	R\$ 19.122,48				
13º Salário	R\$ 491,83	R\$ 5.902,00				
Provisão de Férias	R\$ 655,76	R\$ 7.869,14				
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 9.115,29</b>	<b>R\$ 109.383,54</b>				
Desp. transporte	R\$ 560,00	R\$ 6.720,00				
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 9.675,29</b>	<b>R\$ 116.103,54</b>				

Fonte: Elaborado pelo autor

### 6.3. Remuneração dos sócios

A remuneração do sócio será feito com base no salário piso do Uai Bistrô, e o restante do abono será aplicado na participação de lucros da organização.

Quadro 12: Remuneração dos sócios

REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS	
SÓCIO	VALOR UNIT.
Jackson Marques de Faria	R\$ 910,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 910,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

#### 6.4. Projeção de despesas

Os valores relacionados, no quadro 13, são todos os gastos mensais, como custos fixos e variáveis, despesas diversas, serviços terceirizados, entre outros gastos relacionados para obtenção de receita.

Também foi demonstrada a evolução dos gastos anuais ao longo dos cinco primeiros anos de atividade do Uai Bistrô.

Quadro 13: Projeção de despesas

PROJEÇÃO DE DESPESAS								
ITEM	GASTOS	MENSAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	TOTAL
1	Combustível	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 45.000,00				
2	Gás	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00	R\$ 10.800,00				
3	Água	R\$ 53,00	R\$ 636,00	R\$ 3.180,00				
4	Energia Elétrica	R\$ 75,00	R\$ 900,00	R\$ 4.500,00				
5	Matéria Prima (ingredientes)	R\$ 3.750,00	R\$ 45.000,00	R\$ 225.000,00				
6	Honorário contábil	R\$ 338,00	R\$ 4.056,00	R\$ 20.280,00				
7	Pacote (Telefone + Internet)	R\$ 188,00	R\$ 2.256,00	R\$ 11.280,00				
8	Imposto + Manutenção Veículo	R\$ 95,00	R\$ 1.140,00	R\$ 5.700,00				
9	Taxa Retenção Cartão (6%)	R\$ 1.425,12	R\$ 17.101,44	R\$ 85.507,20				
10	Simples Nacional (4%)	R\$ 950,08	R\$ 11.400,96	R\$ 57.004,80				
11	Material de Escritório	R\$ 38,00	R\$ 456,00	R\$ 2.280,00				
12	Material de Limpeza	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00	R\$ 36.000,00				
13	Mão de Obra	R\$ 9.675,29	R\$ 116.103,54	R\$ 580.517,68				
14	Marketing	R\$ 675,00	R\$ 8.100,00	R\$ 40.500,00				
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 18.792,49</b>	<b>R\$ 225.509,94</b>	<b>R\$ 1.127.549,68</b>				

Fonte: Elaborado pelo autor

Entretanto, para facilitar a visualização dos gastos mensais da empresa, o quadro 14 apresenta todos os gastos segregados em sua devida categoria, como custos fixos e variáveis, assim como as despesas fixas e variáveis.

Quadro 14: Categorização dos gastos

DESCRIÇÃO		TOTAL	JANTAR	EVENTO
<b>Receitas</b>		<b>R\$ 23.752,00</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
Custos variáveis :	Combustível		R\$ 166,69	R\$ 500,08
	Gás		R\$ 40,00	R\$ 120,00
	Matéria Prima (ingredientes)		R\$ 833,33	R\$ 2.500,00
	Material de Limpeza		R\$ 133,33	R\$ 400,00
<b>Subtotal Custos Variáveis</b>			<b>R\$ 1.173,36</b>	<b>R\$ 3.520,08</b>
Custos fixos :	Honorário contábil		R\$ 75,01	R\$ 225,04
	Pacote (Telefone + Internet)		R\$ 42,11	R\$ 126,32
	Mão de Obra		R\$ 1.512,60	R\$ 8.159,00
	Imposto Veículo		R\$ 21,31	R\$ 63,92
	Marketing		R\$ 150,00	R\$ 450,00
<b>Subtotal Custos Fixos</b>			<b>R\$ 1.801,03</b>	<b>R\$ 9.024,28</b>
<b>Subtotal Custos</b>			<b>R\$ 2.974,39</b>	<b>R\$ 12.544,36</b>
Despesas variáveis :	Material de Escritório		R\$ 8,80	R\$ 26,40
	Taxa Retenção Cartão		R\$ 315,92	R\$ 952,00
<b>Subtotal Desp Variáveis</b>			<b>R\$ 324,72</b>	<b>R\$ 978,40</b>
Despesas fixas :	Água		R\$ 11,68	R\$ 35,04
	Energia Elétrica		R\$ 16,77	R\$ 50,32
	Simplex Nacional		R\$ 199,04	R\$ 639,20
<b>Subtotal Desp fixas</b>			<b>R\$ 227,49</b>	<b>R\$ 724,56</b>
<b>Subtotal Despesas</b>			<b>R\$ 552,21</b>	<b>R\$ 1.702,96</b>
Subtotal de Gastos			<b>R\$ 3.526,60</b>	<b>R\$ 14.247,32</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>			<b>R\$ 18.792,50</b>	

Fonte: Elaborado pelo autor

## 6.5. Custos do produto ou serviço

A definição dos preços de custo por produto e serviço incide no método de custeio por absorção, que efetua a absorção de todos os gastos e o rateio entre os produtos / serviços. Assim sendo, o Uai Bistrô apresentará, no quadro 15, os custos dos dois produtos / serviços comercializados.

1. Jantar para 10 pessoas, no valor de R\$503,85.
2. Evento para 30 pessoas, no valor de R\$1.576,94.

Quadro 15: Custeio por absorção

<b>CUSTEIO POR ABSORÇÃO</b>			
<b>ITEM</b>	<b>CUSTOS GERAIS</b>	<b>JANTAR</b>	<b>EVENTO</b>
		<b>10 Pessoas</b>	<b>30 Pessoas</b>
1	Combustível	R\$ 20,84	R\$ 62,51
2	Gás	R\$ 5,00	R\$ 15,00
3	Água	R\$ 1,46	R\$ 4,38
4	Energia Elétrica	R\$ 2,10	R\$ 6,29
5	Matéria Prima (ingredientes)	R\$ 104,17	R\$ 312,50
6	Honorário contábil	R\$ 9,38	R\$ 28,13
7	Pacote (Telefone + Internet)	R\$ 5,26	R\$ 15,79
8	Imposto Veículo	R\$ 2,66	R\$ 7,99
9	Mão de Obra	R\$ 252,10	R\$ 815,90
10	Taxa Retenção Cartão (6%)	R\$ 39,49	R\$ 119,00
11	Simples Nacional (4%)	R\$ 24,88	R\$ 79,90
12	Material de Escritório	R\$ 1,10	R\$ 3,30
13	Material de Limpeza	R\$ 16,67	R\$ 50,00
14	Marketing	R\$ 18,75	R\$ 56,25
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 503,85</b>	<b>R\$ 1.576,94</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

## 6.6. Previsão de vendas

A previsão de vendas do Uai Bistrô leva em consideração a capacidade produtiva, fatores econômicos, estratégias de marketing e logística, como efetuar somente um evento por noite; entre outras questões pertinentes ao mercado.

O quadro 16 demonstra a previsão de vendas mensal, junto com a quantidade ofertada de cada produto / serviços e o preço final para comercialização. Cabe ressaltar que o *markup* é distinto, devido ao custo, relevância no fluxo de caixa e estratégias de marketing envolvidas.

Quadro 16: Previsão de vendas

PREVISÃO DE VENDAS						
DESCRIÇÃO	MENSAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>Jantar (markup 50%)</b>						
Vendas Unidades/Mês	8	96	96	96	96	96
Valor unitário	R\$ 779,00	R\$ 779,00	R\$ 779,00	R\$ 779,00	R\$ 779,00	R\$ 779,00
Subtotal	R\$ 6.232,00	R\$ 74.784,00				
<b>Evento (markup 38%)</b>						
Vendas Unidades/Mês	8	96	96	96	96	96
Valor unitário	R\$ 2.190,00	R\$ 2.190,00	R\$ 2.190,00	R\$ 2.190,00	R\$ 2.190,00	R\$ 2.190,00
Subtotal	R\$ 17.520,00	R\$ 210.240,00				
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 23.752,00</b>	<b>R\$ 285.024,00</b>				

Fonte: Elaborado pelo autor

## 6.7. Impostos sobre faturamento

O Uai Bistrô efetuará suas operações na forma jurídica Simples Nacional. Este é um regime tributário facilitado e simplificado para micro e pequena empresa, que permite o recolhimento de todos os tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia.

A alíquota é diferenciada conforme o faturamento, separado em faixas, e o Uai Bistrô se enquadra no anexo I e a alíquota a ser recolhida é de 4% sobre o faturamento.

## 6.8. Projeções financeiras

### 6.8.1. Fluxo de caixa

O quadro 17 demonstra o fluxo de caixa do Uai Bistrô, dentro das despesas, custos e receitas previstas no projeto. A projeção é de cinco anos, onde apresenta resultados já descontados com a taxa mínima de atratividade, que é de 30% ao ano.

Quadro 17: Fluxo de caixa

<b>FLUXO DE CAIXA</b>					
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
Saldo Inicial	R\$ 10.000,00				
<b>ENTRADAS</b>					
Receitas com vendas	R\$ 285.024,00	R\$ 285.024,00	R\$ 285.024,00	R\$ 285.024,00	R\$ 285.024,00
<b>TOTAL ENTRADAS</b>	<b>R\$ 285.024,00</b>	<b>R\$ 285.024,00</b>	<b>R\$ 285.024,00</b>	<b>R\$ 285.024,00</b>	<b>R\$ 285.024,00</b>
<b>SAÍDAS</b>					
Combustível	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00
Gás	R\$ 2.160,00	R\$ 2.160,00	R\$ 2.160,00	R\$ 2.160,00	R\$ 2.160,00
Água	R\$ 636,00	R\$ 636,00	R\$ 636,00	R\$ 636,00	R\$ 636,00
Energia Elétrica	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Matéria Prima (ingredientes)	R\$ 45.000,00	R\$ 45.000,00	R\$ 45.000,00	R\$ 45.000,00	R\$ 45.000,00
Honorário contábil	R\$ 4.056,00	R\$ 4.056,00	R\$ 4.056,00	R\$ 4.056,00	R\$ 4.056,00
Pacote (Telefone + Internet)	R\$ 2.256,00	R\$ 2.256,00	R\$ 2.256,00	R\$ 2.256,00	R\$ 2.256,00
Imposto + Manutenção Veículo	R\$ 1.140,00	R\$ 1.140,00	R\$ 1.140,00	R\$ 1.140,00	R\$ 1.140,00
Taxa Retenção Cartão (6%)	R\$ 17.101,44	R\$ 17.101,44	R\$ 17.101,44	R\$ 17.101,44	R\$ 17.101,44
Simplex Nacional (4%)	R\$ 11.400,96	R\$ 11.400,96	R\$ 11.400,96	R\$ 11.400,96	R\$ 11.400,96
Material de Escritório	R\$ 456,00	R\$ 456,00	R\$ 456,00	R\$ 456,00	R\$ 456,00
Material de Limpeza	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00
Mão de Obra	R\$ 116.103,54	R\$ 116.103,54	R\$ 116.103,54	R\$ 116.103,54	R\$ 116.103,54
Marketing	R\$ 8.100,00	R\$ 8.100,00	R\$ 8.100,00	R\$ 8.100,00	R\$ 8.100,00
<b>TOTAL SAÍDAS</b>	<b>R\$ 225.509,94</b>	<b>R\$ 225.509,94</b>	<b>R\$ 225.509,94</b>	<b>R\$ 225.509,94</b>	<b>R\$ 225.509,94</b>
Saldo Não Acumulado	R\$ 59.514,06	R\$ 59.514,06	R\$ 59.514,06	R\$ 59.514,06	R\$ 59.514,06
Saldo Mensal Acumulado	R\$ (8.500,68)	R\$ 51.013,39	R\$ 110.527,45	R\$ 170.041,51	R\$ 229.555,58
Saldo Não Acumulado Descontado	R\$ 45.780,05	R\$ 35.215,42	R\$ 27.088,79	R\$ 20.837,53	R\$ 16.028,87
Saldo Acumulado Descontado	R\$ (22.234,69)	R\$ 12.980,73	R\$ 40.069,52	R\$ 60.907,05	R\$ 76.935,91
<b>INVESTIMENTO INICIAL</b>	<b>R\$ (68.014,74)</b>				

Fonte: Elaborado pelo autor

### 6.8.2. Projeção de resultados

O quadro 18 apresenta o DRE, ou demonstração do resultado do exercício, revelando a lucratividade e rentabilidade do negócio, avaliando os próximos cinco anos de operações do Uai Bistrô.

Quadro 18: DRE

<b>DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO</b>					
	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
Receitas brutas no mercado nacional	R\$ 285.024,00				
(-) Custo dos Serviços prestados	R\$ 166.297,34				
<b>(=) Lucro bruto operacional</b>	<b>R\$ 118.726,66</b>				
(-) despesas administrativas	R\$ 30.710,20				
(-) despesas com vendas (impostos)	R\$ 28.502,40				
(-) depreciação (10% carro)	R\$ 3.000,00				
<b>(=) Lucro líquido operacional</b>	<b>R\$ 56.514,06</b>				
Lucratividade	20%	20%	20%	20%	20%
Rentabilidade	83%	83%	83%	83%	83%

Fonte: Elaborado pelo autor

## 6.9. Análise de Investimento

Os quadros 19, 20 e 21, a seguir, demonstram que o projeto Uai Bistrô é viável, pois o Valor Presente Líquido (VPL) é positivo; a Taxa Interna de Retorno (TIR) é maior que a Taxa Mínima de Atratividade (TMA); o tempo de recuperação do investimento (Payback Descontado) é muito animador; e o ponto de equilíbrio é pouco maior que a metade do valor da receita.

Quadro 19: VPL

<b>VALOR PRESENTE LÍQUIDO</b>					
<b>TMA</b>		<b>30,00%</b>		<b>TAXA DE MERCADO -- 22% a.a. (14% Selic + 8% inflação)</b>	
<b>ANO</b>	<b>ENTRADA CAIXA</b>	<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>Constante</b>	<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>VALOR PRESENTE ACUMULADO</b>
0	R\$ (68.014,74)	R\$ (68.014,74)	1,00000	R\$ (68.014,74)	R\$ (68.014,74)
Ano 1	R\$ 59.514,06	R\$ (8.500,68)	0,76923	R\$ 45.780,05	R\$ (22.234,69)
Ano 2	R\$ 59.514,06	R\$ 51.013,39	0,59172	R\$ 35.215,42	R\$ 12.980,73
Ano 3	R\$ 59.514,06	R\$ 110.527,45	0,45517	R\$ 27.088,79	R\$ 40.069,52
Ano 4	R\$ 59.514,06	R\$ 170.041,51	0,35013	R\$ 20.837,53	R\$ 60.907,05
Ano 5	R\$ 59.514,06	R\$ 229.555,58	0,26933	R\$ 16.028,87	R\$ 76.935,91

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 20: Resultado das análises

<b>VPL</b>	R\$ 76.935,91	
<b>TIR</b>	40,98% a.a.	2,90% a.m.
<b>Payback Simples</b>	01 ano, 01 mês e 21 dias	
<b>Payback Descontado</b>	01 ano, 07 meses e 17 dias	

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 21: Margem de contribuição

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>		
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Receitas	R\$ 23.752,00	
(-) Gastos variáveis	R\$ 6.746,66	
<b>(=) Margem de contribuição</b>	<b>R\$ 17.005,34</b>	<b>0,7160</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 22: Ponto de equilíbrio

<b>PONTO DE EQUILÍBRIO</b>	
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos Fixos	R\$ 12.045,84
Margem de contribuição	0,7160
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 16.824,88</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto é bastante empreendedor, vislumbrando investir num mercado sólido, porém, pouco explorado até a data atual. Ademais, sua estrutura é enxuta e com investimento relativamente de baixo custo, entretanto, isto não interfere em que a organização obtenha êxito em suas operações.

Vale ressaltar que, este *business plan* “abriu portas” para outras formas de empreender, como lançar no mercado a comercialização de micro franquias, num futuro próximo, devido ao modelo de negócio se encaixar em diferentes regiões e por ser acessível à muitos empresários, desde que tenham talento e gosto pelo propósito do mesmo.

Assim sendo, a execução do projeto, seguindo as previsões e estratégias aqui detalhadas, tem grande probabilidade de se tornar um sucesso!

## REFERÊNCIAS

BANCO DO BRASIL. **Contrato de adesão às cláusulas gerais.** Disponível em: <http://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/diemp/dwn/ClausulascontratoCDC.pdf>. Acesso em: 10 Dez. 2016

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, estratégias e dinâmicas.** Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

JUSBRASIL. **Lei n.º 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Simples Nacional.** Disponível em: <http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/91577/codigo-civil-lei-10406-02#art-1084>. Acesso em: 18 Out. 2016