

UNIVERSIDADE SANTO AMARO - UNISA

A VIABILIDADE FINANCEIRA DA ABERTURA DE UM QUIOSQUE DE AÇAÍ

SÃO PAULO

2021

UNIVERSIDADE SANTO AMARO - UNISA

A VIABILIDADE FINANCEIRA DA ABERTURA DE UM QUIOSQUE DE AÇAÍ

SÃO PAULO

2021

DAVID PAULINO DA SILVA

A VIABILIDADE FINANCEIRA DA ABERTURA DE UM QUIOSQUE DE AÇAÍ

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como um dos requisitos para a
conclusão do curso de Ciências Contábeis da
Universidade Santo Amaro – UNISA.
Professor Orientador: Evanildo Guimarães
Moreira.

BANCA EXAMINADORA

Prof.(a): Evanildo Guimarães Moreira
Orientador

Prof.(a): _____
Examinador(a)

Prof.(a): _____
Examinador(a)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem por objetivo analisar a viabilidade financeira da abertura de um quiosque de açaí, cujo nome será *Açaí Legal*. Este quiosque ficará localizado em um *Shopping Center* no bairro da Vila Mariana, bairro tradicional da zona sul da cidade de São Paulo, onde tem muita circulação de pessoas, principalmente da classe C, que será o público alvo do negócio. Neste projeto será detalhado todo o investimento que será necessário realizar para iniciar este negócio, todos os estudos estratégicos que serão realizados e os cálculos financeiros que serão utilizados para a tomada de decisão na viabilidade, positiva ou não, deste negócio. Também será evidenciada toda a análise de mercado que justifique a escolha deste negócio como forma de empreender, além dos cálculos que justifiquem os preços que serão praticados. Com o objetivo de tomar uma decisão correta, serão apresentados três tipos de cenários financeiros/econômicos: um cenário realista, um cenário otimista e um cenário pessimista.

Palavras Chaves: Açaí, Quiosque, Viabilidade Financeira.

ABSTRACT

This article aims to analyze the financial feasibility of opening an açai kiosk, whose name will be *Açaí Legal*. This kiosk will be located in a Shopping Mall in Vila Mariana, a traditional neighborhood in the south of the São Paulo city, where there is a lot of circulation of people, mainly from the C class, who will be the target public for the business. This project will detail all the investment that will be necessary to start this business, all the strategic studies that will be carried out and the financial calculations that will be used to make a decision on the feasibility, positive or not, of this business. All market analysis that justify the choice of this business as a way of undertaking will also be evidenced, in addition to the calculations that justify the prices that will be practiced. In order to make a correct decision, three types of financial/economic scenarios will be presented: a realistic scenario, an optimistic scenario and a pessimistic scenario.

Keywords: Açai, Kiosk, Financial Viability.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
PROBLEMA.....	8
HIPÓTESE.....	8
OBJETIVOS	8
Objetivo Geral	9
Objetivo Específico.....	9
METODOLOGIA.....	9
1. PARTE 01 – PLANO ESTRATÉGICO	9
1.1. Estratégia do Negócio.....	9
1.2. Missão, Valores e Visão à Longo Prazo	11
1.3. Identificação das Oportunidades.....	12
1.4. Cadeia de Valores do Negócio.....	14
1.5. O Plano de Ação do Negócio	15
2. PARTE 2 – A VIABILIDADE FINANCEIRA DO NEGÓCIO	16
2.1. Identificação do Ativo do Negócio.....	16
2.2. Investimentos Necessários para Implementar o Negócio.....	17
2.3. Custo de Pessoal	20
2.4. Formação de Preço dos Produtos	22
2.5. Plano de Vendas	22
2.6. Ponto de Equilíbrio	25
2.7. Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE)	25
2.8. Fluxo de Caixa	26
2.9. Análise dos Indicadores Financeiros para a Viabilidade do Negócio	27
2.9.1. Valor Presente Líquido – (VPL).....	27
2.9.2. Taxa Interna de Retorno – (TIR).....	28
2.9.3. Taxa Interna de Retorno Modificada – TIRM.....	29
2.9.4. Índice de Lucratividade Líquida - ILL.....	30
2.9.5. <i>Payback</i> Simples e <i>Payback</i> Descontado	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
ANEXO – Custo dos Ingredientes	38

INTRODUÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso que será apresentado nas próximas páginas tem por objetivo analisar a viabilidade financeira a abertura da *Açaí Legal*, um quiosque de açaí que ficará localizado dentro de um *Shopping Center*.

Para a elaboração deste trabalho, foi considerada a metodologia de pesquisa bibliográfica sobre os assuntos financeiros e pesquisa sobre o público alvo em questão. A maior parte das referências bibliográficas utilizadas foi retirada de livros publicados por diversos autores.

No início do Trabalho consta todo o Plano de Negócio da *Açaí Legal*, sempre procurando colocar em prática toda teoria pesquisada para a elaboração do artigo. Para todos os cálculos efetuados, foram considerados três cenários econômicos: um otimista, um cenário Realista, outro cenário Otimista e, por fim, um cenário Pessimista

No final constam as Considerações Finais deste trabalho com a conclusão se é viável financeiramente, ou não, a implementação deste negócio. Também serão evidenciadas todas as contas, em forma de imagens, que evidenciem as decisões que serão tomadas no final deste trabalho.

PROBLEMA

Nos últimos tempos, os números de novos empreendedores aumentaram exponencialmente à luz da vontade das pessoas de não dependerem de mais ninguém e se serem donos do próprio destino.

Muitos desses empreendedores têm a vontade de construir sua própria empresa, depender apenas dele mesmo e exercer a própria rotina de trabalho, além de ter uma satisfação profissional que é fazer o que gosta e não, apenas, trabalhar para ter dinheiro sobreviver.

Entretanto, para dar início a um novo negócio, precisa ter um planejamento muito bem estruturado, para que este sonho não acabe se tornando um pesadelo.

Para a abertura de um quiosque de açaí necessita estudar bem este mercado. Aparentemente, não é difícil entrar neste mercado, porém é preciso comprovar este entendimento.

HIPÓTESE

Como dito anteriormente, a abertura de um quiosque de açaí não deve ser difícil de realizar, porém, é preciso estudar o mercado, mensurar qual o capital que precisará ser investido, calcular o retorno financeiro, etc.

Estudando tudo isso e identificando as vantagens e desvantagens deste mercado, estudar todos os cenários possíveis, deste um cenário otimista, até um cenário pessimista, é possível ter a clara certeza se este negócio é viável ou não.

Vale ressaltar que, hoje em dia, existem vários quiosques de açaí espalhados pela cidade, o que leva a crer que, realmente, não é difícil abrir um.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

Estudar a viabilidade financeira de um novo negócio, a fim de evitar problemas de atuação, e conseqüentemente, a quebra. Elaborar um plano estratégico aderente a realidade do mercado de atuação, com planejamento de metas, com estudos de todas as variáveis mercadológicas, propondo um plano de ação, além de realizar um planejamento financeiro bastante estruturado, com o objetivo de criar preços competitivos e que gere sustentabilidade financeira. Por fim, calcular todos os indicadores financeiros com a finalidade de avaliar a viabilidade do negócio.

Objetivo Específico

Realizar o estudo da viabilidade financeira da abertura de um quiosque de açaí que ficará instalado em um *Shopping Center* da cidade de São Paulo. Neste estudo, deve-se estruturar um plano estratégico para entrar neste mercado, que, apesar de aparentar ser de fácil entrada, apresenta bastante concorrência. Precisar ser feito a identificação dos pontos fortes e fracos deste negócio, além de calcular o valor de investimento inicial, compra de ativos, insumos, precificação dos copos e calcular os indicadores financeiros a fim de tomar a decisão de abrir este negócio ou não.

METODOLOGIA

A principal metodologia que será utilizada neste estudo será a pesquisa bibliográfica, sempre utilizando os livros dos principais autores especialistas nos temas de estratégia de mercado, finanças e contabilidade.

Também serão utilizadas fontes oficiais de *internet* especializados no tema abordado neste estudo.

1. PARTE 01 – PLANO ESTRATÉGICO

1.1. Estratégia do Negócio

Este presente trabalho tem por objetivo analisar a viabilidade da abertura de um quiosque de açaí. Este quiosque será denominado *Açaí Legal*. Inicialmente, este quiosque será implantado dentro um ambiente com bastante circulação de pessoas, mais precisamente em um *Shopping Center*, localizado no bairro da Vila Mariana, cidade de São Paulo – SP. O público alvo da *Açaí Legal* será pessoas da Classe C, de todas as idades, e que frequentem *shopping centers*.

A Vila Mariana foi escolhida pelo fato de ser uma região onde tem muita circulação de jovens e adultos em busca de entretenimento, alimentação, ou simplesmente passear. Além de ser uma região onde constam estações de metrô (Metrô Santa Cruz), terminais de ônibus (Terminal Santa Cruz e Terminal Vila Mariana), bares, cinemas e vários restaurantes, o que facilita a diversificação de pessoas de várias classes sociais, mais predominante as da Classe C.

O plano inicial é ter 05 pessoas contratadas para trabalhar neste quiosque, onde elas irão revezar em jornadas de trabalho de 6 horas. Em cada jornada de trabalho, 01 ficará responsável por ficar no caixa e as outras 02 responsáveis por ficar no processo de elaboração do copo de açaí. Com o aumento da demanda de pessoas, é de se pensar de ter 02 pessoas nos caixas para receber os pedidos e realizar os pagamentos, e 03 preparando os pedidos.

O açaí que será vendido será na versão batida em 03 tamanhos de copos diferentes: pequeno, de 350 ml; médio, de 500 ml; e grande, de 720 ml; e oferecerá várias opções de ingredientes na sua composição, que já estará incluso no preço, podendo ser pedido de forma ilimitada.

No lado direito consta uma tabela ingredientes já incluso no preço

Ingredientes do Copo de Açaí
Aveia
Banana
Castanha de Cajú
Côco Ralado
Cupuaçú
Granola Tradicional
Leite Condensado
Leite em Pó
Morango

*Figura 01: Ingredientes / Acompanhamentos do Açaí
Fonte: Próprio Autor.

O início do caminho para alcançar o sucesso do plano estratégico é a definição do negócio. Ela foca as

competências fundamentais da empresa, como se fosse um guarda-chuva de atuação da empresa.

“A definição do negócio foca o entendimento das necessidades dos nossos clientes e dos benefícios que eles buscam para atender às necessidades e desejos”. (Lobato, pág. 36, 2009)

Na hora de definir o Negócio, ela pode ser descrita no âmbito Restrito (onde é limitado em oferecer o produto/serviço para atender as necessidades do cliente) ou pode ser definido no âmbito Amplo (cujo objetivo é oferecer o produto/serviço para satisfazer o cliente). Portanto, a Definição do Negócio, no âmbito Restrito será: *Venda de Açai*. Já no âmbito Amplo será: *Venda de Alimento*.

1.2. Missão, Valores e Visão à Longo Prazo

Missão e Visão são devidamente entrelaçadas uma na outra, entretendo com definições diferentes, como deixa bem claro, Eliezer A. Costa (2007):

“Visão e Missão são dois conceitos fundamentais e distintos (...) o primeiro procura descrever o que a organização quer ser no futuro e o segundo resulta de uma reflexão sobre a razão da sua existência.” (Eliezer A. da Costa, pag 35, 2007)

A Visão à Longo Prazo de uma empresa, não pode ser descrita como algo difícil de almejado. Ela deve ser escrita de uma maneira visionária, que cause impacto na sociedade, porém, de maneira simples, sucinta e de fácil visualização, conforme orientações de Eliezer A. da Costa (2007). Ele mesmo descreve visão como:

“Visão é um modelo mental de um estado ou situação altamente desejável, de realidade futura possível para a organização”. (Eliezer A. da Costa, pág. 36, 2007)

Como pode-se entender, ela deve ser clara e de fácil interpretação à sociedade (neste se refere à comunidade de onde ela está inserida).

Assim como a Visão, a Missão também deve ser algo descrito com objetividade, e clareza para ter um bom entendimento para o seu público-alvo e pela sociedade onde ela está sendo inserida. Ela descreve, mais precisamente, o motivo

dela existir, assim como já foi descrito anteriormente. Barney e Hesterly (2011) definem Missão como:

“A Missão de uma empresa é o seu propósito à longo prazo. Missões definem tanto o que a empresa aspira, ser no longo prazo, como o que ela quer evitar no seu interim”. (Jay B. Barney, William S. Hesterly, pág. 04, 2011)

Agora, Valores são, basicamente, todas as qualidades éticas e morais do negócio. Elas demonstram a maneira de como a empresa segue o negócio. Também exemplifica algumas atitudes que seus colaboradores devem tomar. Elas são extremamente importantes para o começo da elaboração do plano estratégico e atingir a vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes.

“Como o próprio nome diz os valores são características, virtudes, qualidades da organização que podem ser objeto de avaliação, como se estivessem em uma escola, com gradação entre avaliações extremas. São atributos realmente importantes para a organização, virtudes que se pretende preservar e incentivadas a às quais deve ser dado mérito. ” (Eliezer A. da Costa, pág. 35,36. 2007)

Partindo deste conceito, a Missão da *Açaí Legal* será definida como:

“Fornecer bem-estar, satisfação, frescor e energia para os nossos clientes que só o açaí pode oferecer”.

Já os Valores da *Açaí Legal* são os seguintes:

- *Responsabilidade Social;*
- *Aplicação de preço justo;*
- *Atitudes éticas com seus clientes, colaboradores e fornecedores.*

Por fim, a Visão à Longo Prazo será:

“Ser reconhecida como uma dos melhores açaís no copo da cidade de São Paulo, com qualidade, agilidade no atendimento e preocupação com seus clientes”.

1.3. Identificação das Oportunidades

Nesta etapa, podem-se utilizar dois métodos muito utilizados nas escolas de administração: que é a Matriz SWOT e a análise de Cinco Forças Competitivas.

A Matriz SWOT é um quadrante onde são tabelados os pontos fortes e fracos da empresa, sempre levando em consideração as características internas da empresa. Já as Cinco Forças Competitivas (também conhecida como as Cinco Forças de Porter) é um quadrante onde se é analisado as forças competitivas do Mercado de atuação, que são elas: Entrantes Potenciais, Compradores, Produtos Substitutos, Fornecedores e Concorrentes Industriais / Rivalidade Entre as Empresas:

“A avaliação estratégica realizada a partir da matriz Swot é uma das ferramentas mais utilizadas na gestão estratégica competitiva”. (Lobato, pág, 61, 2009)

Com relação às Forças Competitivas, segundo Barney e Hesterley:

“Ela identifica as cinco ameaças mais comuns que as empresas enfrentam em seus ambientes competitivos locais e as condições sob as quais essas ameaças têm maior ou menor probabilidade de estar presentes”. (Barney, Hesterly. Pág. 29, 2011)

Abaixo consta a Matriz SWOT da Açai Lega e também o quadrante da Cinco Forças Competitivas:

Ambiente interno	<p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Número ilimitado de Acompanhamento - Preço mais em conta -Localização 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aceitação do Produto no Mercado - Publico Alvo diversificado - Clima Meteorológico de São Paulo 	Ambiente Externo
	<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Açai não é de fabricação própria - Custo alto de operação - Marca nova no mercado 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sazonalidade do Mercado - Concorrência - Produtos Substitutos 	

Figura 02: Matriz SWOT da Açai Legal

Fonte: Próprio Autor.

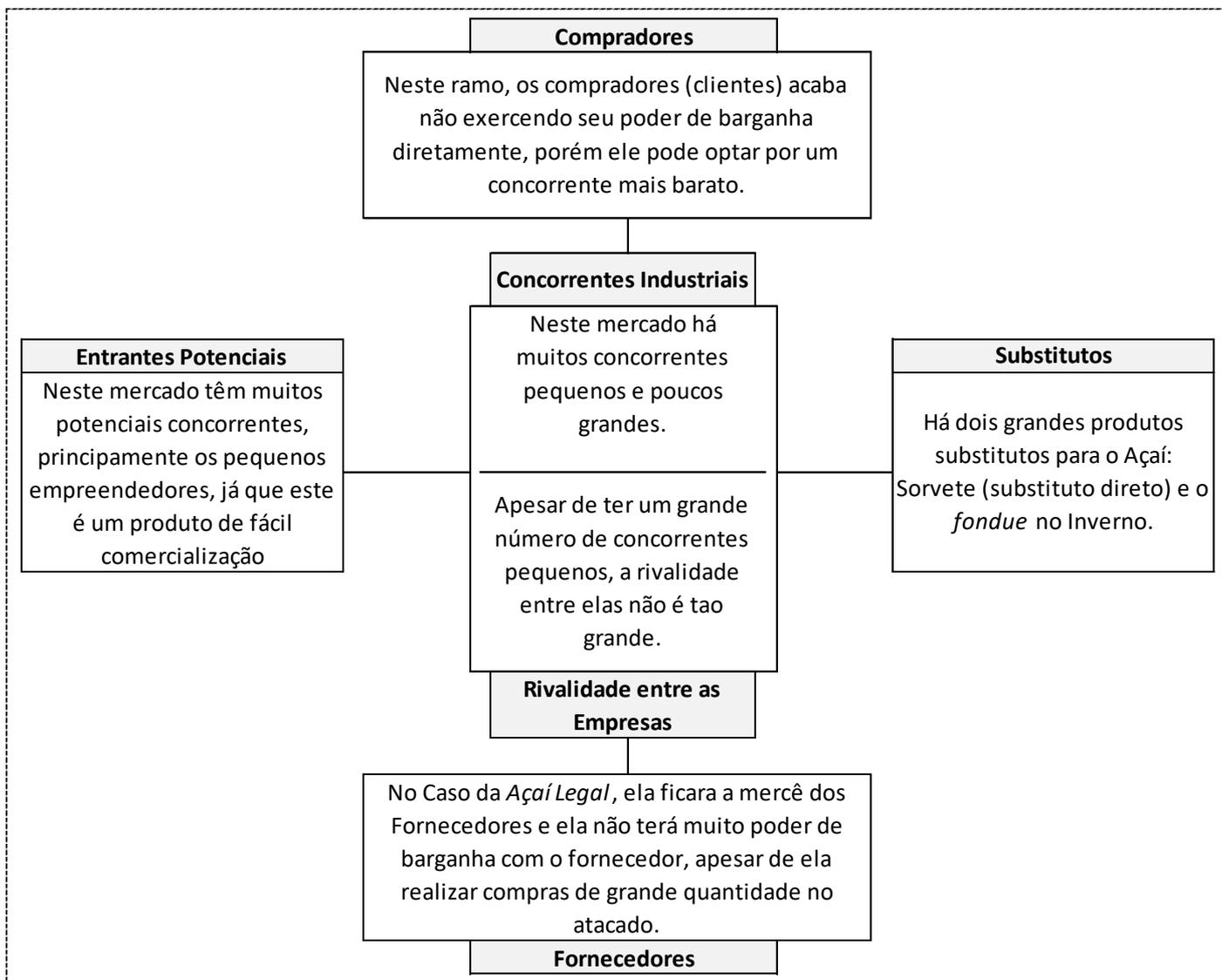


Figura 03: As 5 Forças de Competitivas da Açai Legal
Fonte: Próprio Autor.

1.4. Cadeia de Valores do Negócio

A Cadeia de Valor é um conceito que foi criado por Michael Porter (1989) com o objetivo de mensurar as atividades da empresa, a fim de agregar valor ao produto ou serviço que é entregue ao cliente final.

“A cadeia de valor e o desempenho das atividades individuais refletem a história da empresa, a estratégia perseguida, a abordagem para a implementação de sua estratégia e os fundamentos econômicos de sua atividade como um todo”. (Lobato, pág., 69, 2009)

Abaixo consta a Cadeia de Valores da *Açai Legal*:

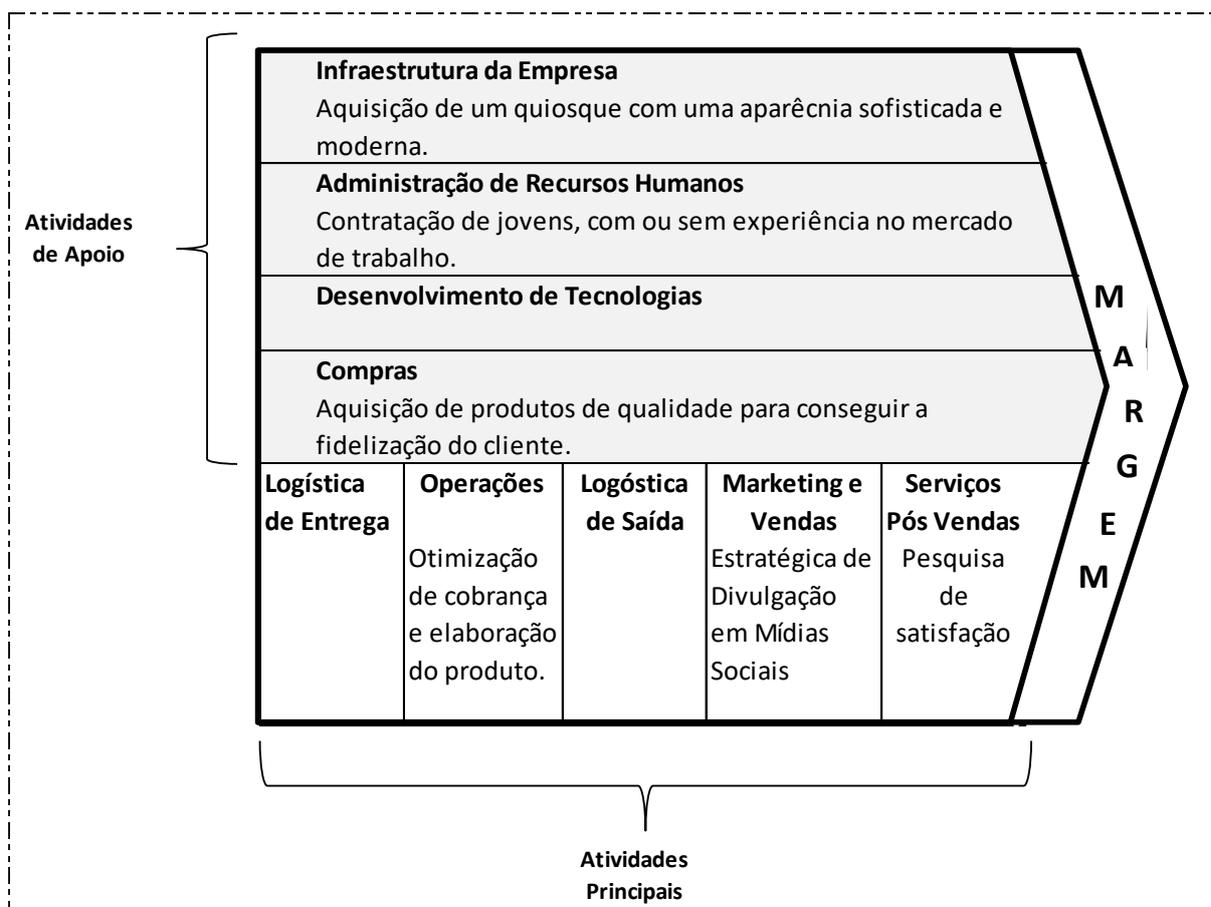


Figura 04: Cadeia de Valores da Açai Legal
Fonte: Próprio Autor.

1.5. O Plano de Ação do Negócio

Esta etapa tem por objetivo colocar em prática tudo o que a empresa vai executar. Essa é a etapa mais clássica da gestão estratégica (Lobato, 2009).

“Um verdadeiro plano estratégico não estará completo se não estiverem prontos os planos de ação, ao menos para aquelas estratégias competitivas e corporativas vitais”. (Costa, pág. 217, 2007)

Para a elaboração do Plano de Ação, a empresa, ou o empreendedor pode utilizar a ferramenta 5W2H, que vem do inglês *what* (o que), *who* (quem), *when* (quando), *where* (onde), *why* (por quê), *how* (como), *how much* (quanto custa).

What (O que)	Aquisição do Quiosque e Mercadorias para venda dos Açaís	What (O que)	Negociação de aluguel do local + aluguel galpão.
Who (Quem)	Fundador da empresa	Who (Quem)	Fundador da Empresa
Where (Onde)	Em São Paulo, SP	Where (Onde)	Vila Mariana, São Paulo - SP
When (Quando)	Entren Final de 2021 e Início de 2022	When (Quando)	Final de 2021
Why (Por que)	Para Implantar o negócio	Why (Por que)	Para ter um lugar para instalar o quiosque e realizar as vendas
How (Como)	Pesquisa de mercado	How (Como)	Contato com Administradora do Shopping Center
How Much (Quanto Custa)	100.000,00	How Much (Quanto Custa)	4.000,00

What (O que)	Contratação de Mão de Obra (5 pessoas)	What (O que)	Inauguração do Quiosque
Who (Quem)	Fundador da Empresa	Who (Quem)	Fundador e Funcionários
Where (Onde)	Em São Paulo, SP	Where (Onde)	Vila Mariana, São Paulo - SP
When (Quando)	Final de 2021	When (Quando)	Início de 2022
Why (Por que)	Não tem funcionários	Why (Por que)	Colocar em Operação
How (Como)	Anúncio de vagas na Internet	How (Como)	Inicialização das vendas
How Much (Quanto Custa)	9.261,85	How Much (Quanto Custa)	Já foi pago nas etapas anteriores

Figura 05: Matriz 5W2H da Açaí Legal com os Planos de Ação estabelecidos.

Fonte: Próprio Autor.

Abaixo consta o Plano de Ação da Açaí Legal:

2. PARTE 2 – A VIABILIDADE FINANCEIRA DO NEGÓCIO

Nesta parte deste trabalho, serão apresentados todos os cálculos financeiros, os valores de investimentos para implementar este negócio e seus indicadores, a fim de verificar a viabilidade financeira da abertura da Açaí Legal.

2.1. Identificação do Ativo do Negócio

Entende-se como ativo todo Bem que pertence a empresa. Mas este Bem, não necessariamente precisa ser um material, ele pode ser imaterial.

“Sempre existe um ativo envolvido em uma decisão financeira, apesar de, às vezes, ele não ser facilmente identificável. A dificuldade reside no fato de que os ativos podem ser tangíveis, intangíveis de base ou derivativos”. (Abreu Filho, pág. 13, 2012.).

Por se tratar de uma pequena empresa, a *Açaí Legal* não contará com muitos ativos fixos. Seu principal ativo será o quiosque que será adquirido de caráter usado, a fim de diminuir o valor do investimento. Além do quiosque serão adquiridos também outros materiais/equipamentos essenciais para o funcionamento da empresa,

<u>Ativos</u>				
	Descrição	Qtd.	Vlr. Unitário (R\$)	Vlr Total (R\$)
	Quiosque	1,00	80.000,00	80.000,00
	Freezer 2 portas	1,00	2.500,00	2.500,00
	Refrigerador	1,00	2.700,00	2.700,00
	Liquidificador p/ Açaí	2,00	600,00	1.200,00
	Faqueiro	2,00	350,00	700,00
	Computador	2,00	4.000,00	8.000,00
	Uniforme	12,00	300,00	3.600,00
	Kit de Automação de Pagamento	2,00	4.000,00	8.000,00
	<u>Subtotal Ativos</u>			<u>106.700,00</u>

Figura 06: Lista de Ativos do negócio.

Fonte: Próprio Autor.

conforme tabela abaixo:

2.2. Investimentos Necessários para Implementar o Negócio.

Além dos R\$106.700,00 que serão investidos na compra de Ativos, também será necessário investir um dinheiro para divulgação do negócio. Para isso foi

planejado um investimento de R\$100.000,00 para esta divulgação me *Marketing*. Esta verba será utilizada para elaboração de *banners*, panfletos, divulgação em Redes Sociais como *Facebook*, *Instagram*, além na divulgação em painéis dentro do *Shopping* e também em placas dentro das estações de Metrô da região.

<u>Outros Investimentos</u>			
Descrição	Qtd.	Vlr. Unitário (R\$)	Vlr Total (R\$)
Divulgação	1,00	100.000,00	100.000,00
<u>Subtotal Outros Investimentos</u>			<u>100.000,00</u>

Figura 07: Investimento em Divulgação/Marketing.

Fonte: Próprio Autor.

Também foi necessário planejar todos os gastos fixos que a *Açaí Legal* terá inicialmente. Todos eles estão listados abaixo:

<u>Despesas Fixas</u>			
Descrição	Qtd.	Vlr. Unitário (R\$)	Vlr Total (R\$)
Contador	1,00	500,00	500,00
Despesas com Marketing	1,00	1.000,00	1.000,00
Telefone + Internet	2,00	300,00	600,00
<u>Subtotal Despesas Fixas</u>			<u>2.100,00</u>

<u>Custo Fixo - Pessoas</u>			
Descrição	Qtd.	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Atendente	5	1.852,37	9.261,85
Pró Labore	1	6.000,00	6.000,00
<u>Subtotal Pessoas</u>			<u>15.261,85</u>

<u>Custo Fixo - Outros</u>			
Descrição	Qtd.	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Aluguel*	1,00	3.000,00	3.000,00
Aluguel Depósito	1,00	1.000,00	1.000,00
<u>Subtotal Pessoas</u>			<u>4.000,00</u>

* já incluso água, luz, IPTU

Figura 08: Custos e Despesas Fixas.

Fonte: Próprio Autor.

Os Custos Variáveis ficarão por conta das mercadorias/produtos para a elaboração dos 03 tipos de copos de açaí. Com o planejamento de vendas para o primeiro mês de vendas, será necessário gastar uma quantia de R\$19.412,65. A relação de produtos está demonstrada abaixo:

<u>Custo Variável</u>			
Descrição	Qtd.		Custo Total (R\$)
Açaí	117,00	90,00	10.530,00
Aveia	16,00	13,50	216,00
Banana	88,00	1,48	130,24
Castanha de Cajú	16,00	82,39	1.318,24
Côco Ralado	16,00	19,79	316,64
Colher descartável	4,00	49,00	196,00
Copos Descartáveis 350 ml	1,00	106,30	106,30
Copos Descartáveis 500 ml	1,00	182,71	182,71
Copos Descartáveis 720 ml	2,00	259,12	518,24
Cupuaçú	19,00	80,00	1.520,00
Granola Tradicional	16,00	11,90	190,40
Leite Condensado	10,00	76,73	767,30
Leite em Pó	27,00	105,98	2.861,46
Morango	58,00	9,64	559,12
<u>Subtotal Custo Variável</u>			<u>19.412,65</u>

Figura 09: Custos Variáveis da Açaí Legal.

Foi calculada também uma necessidade de Capital de Giro de

Fonte: Próprio Autor.

R\$34.848,00.

Calculo de Necessidade de Capital de Giro			
	Prazo (Dias)	% Vendas Líquidas	Capital de Giro
Prazo Médio Rotat. Estoque	30	50%	21.780,00
Prazo Médio Receb. dos Clientes	30	70%	30.492,00
Prazo Pgto dos Fornecedores	30	40%	17.424,00
Necessidade de Capital de Giro			34.848,00

Figura 10: Necessidade de Capital de Giro da Açaí Legal

Fonte: Próprio Autor.

Com todos estes gastos que foram mencionados acima, foi averiguado que para implementar este negócio, será necessário investir na empresa um montante de R\$ 282.322,50.

2.3. Custo de Pessoal

Será contratado 5 pessoas com um salário inicial de R\$998,00, para um regime de trabalho de 6h/ dia. Ambos farão esquema de “rodízio”. Será oferecido Vale Transporte de R\$9,00/dia e um Vale Refeição de R\$18,00/dia. Também foi calculada uma retirada de Pró-Labore mensal para o sócio Proprietário da empresa R\$5.000,00 mensal.

Ao todo, o custo unitário dos atendentes será de R\$1.852,37, com todos os encargos incluídos; e o custo para empresa de Pró-Labore será de R\$6.000,00. Para os próximos anos, foi considerado um reajusto para os funcionários de 3% anuais, assim como para o Pró-Labore.

Atendente	Anual 2022	Atendente	Anual 2023
Salário Base	11.976,00	Salário Base	12.335,28
13º Salário	998,00	13º Salário	1.027,94
FGTS - 8%	1.037,92	FGTS - 8%	1.069,06
INSS - 20%	2.594,80	INSS - 20%	2.672,64
SAT/RAT - 3%	359,28	SAT/RAT - 3%	370,06
Salário Educação - 2,5%	299,40	Salário Educação - 2,5%	308,38
INCRA/SENAI/SESI/SEBRAE - 4%	479,04	INCRA/SENAI/SESI/SEBRAE - 4%	493,41
Vale Transporte	1.441,44	Vale Transporte	1.659,88
Vale Refeição	4.320,00	Vale Refeição	4.800,00
Total Unitário	23.505,88	Total Unitário	24.736,66
Sócio Proprietário	Anual 2022	Sócio Proprietário	Anual 2023
Pró Labore	60.000,00	Pró Labore	61.800,00
INSS - 20%	12.000,00	INSS - 20%	12.360,00
Total Unitário	72.000,00	Total Unitário	74.160,00
	Qtd. 5		Qtd. 5
Atendentes	117.529,40	Atendentes	123.683,28
	1		1
Sócios	72.000,00	Pró Labore	74.160,00
TOTAL DE GASTO COM PESSOAS	189.529,40	TOTAL DE GASTO COM PESSOAS	197.843,28

Figura 11.1: Gasto com Pessoas para os próximos anos.

Fonte: Próprio Autor.

2.4. Formação de Preço dos Produtos

Para definir qual o preço que será aplicado pela *Açaí Legal*, foi necessário mensurar qual a necessidade de cada ingrediente para a elaboração dos copos pequenos, médios e grandes do açaí. Com isso, foi necessário fazer uma diluição nos custos fixos para cada um deles, foi considerando o número de 1.500 unidades vendidas para os copos pequenos e médios e 2.000 copos para o grande, com o objetivo de tentar distribuir a maior parte para os produtos que tendem a vender mais.

Abaixo consta um quadro detalhado com abertura dos custos e elaboração dos preços:

FORMAÇÃO DE PREÇO					
Formação de Preço do Copo de 350 ml (Custo Base Jan'2022)		Formação de Preço do Copo de 500 ml (Custo Base Jan'2022)		Formação de Preço do Copo de 720 ml (Custo Base Jan'2022)	
Custo Fixo - Pessoas	2,32	Custo Fixo - Pessoas	3,14	Custo Fixo - Pessoas	3,54
Atendentes	1,41	Atendentes	1,90	Atendentes	2,15
Pró-Labore	0,91	Pró-Labore	1,23	Pró-Labore	1,39
Custo Fixo - Outros	0,61	Custo Fixo - Outros	0,82	Custo Fixo - Outros	0,93
Aluguéis	0,61	Aluguéis	0,82	Aluguéis	0,93
Custo Variável	4,21	Custo Variável	5,69	Custo Variável	8,55
Açaí	2,25	Açaí	3,15	Açaí	5,40
Aveia	0,07	Aveia	0,07	Aveia	0,07
Banana	0,03	Banana	0,04	Banana	0,06
Castanha de Cajú	0,41	Castanha de Cajú	0,41	Castanha de Cajú	0,41
Côco Ralado	0,10	Côco Ralado	0,10	Côco Ralado	0,10
Colher descartável	0,05	Colher descartável	0,05	Colher descartável	0,05
Copo 350 ml	0,05	Copo 350 ml	-	Copo 350 ml	-
Copo 500 ml	-	Copo 500 ml	0,18	Copo 500 ml	-
Copo 720 ml	-	Copo 720 ml	-	Copo 720 ml	0,32
Cupuaçú	0,40	Cupuaçú	0,48	Cupuaçú	0,56
Granola Tradicional	0,06	Granola Tradicional	0,06	Granola Tradicional	0,06
Leite Condensado	0,39	Leite Condensado	0,58	Leite Condensado	0,78
Leite em Pó	0,30	Leite em Pó	0,38	Leite em Pó	0,45
Morango	0,10	Morango	0,19	Morango	0,29
Custo Total	7,14	Custo Total	9,65	Custo Total	13,01
ICMS	18%	Margem de Lucro	18%	Margem de Lucro	18%
	1,57		2,12		2,86
Margem de Lucro	30%	Margem de Lucro	20%	Margem de Lucro	15%
	3,06		2,41		2,30
Preço de Venda	11,80	Preço de Venda	14,20	Preço de Venda	18,20

Figura 12: Detalhamento do cálculo para elaboração do preço dos produtos.

Fonte: Próprio Autor.

2.5. Plano de Vendas

Para a elaboração do plano de vendas, foi considerado que a partir de janeiro de 2022, a empresa já estará funcionando. Foi planejado que, em seu primeiro ano, a *Açaí Legal* venderá 21.500 unidades do copo pequeno, 18.800 unidades do copo médio e 16.300 unidades do copo grande.

Abaixo consta 03 cenários de planejamento de vendas para os próximos 4 anos (Cenário Realista, com crescimento de 5% ao ano no número de vendas; Cenário Otimista, com um crescimento de 10% nas vendas; e um Cenário Pessimista, com um crescimento de 1% nas vendas). Em ambos os cenários foi considerado uma inflação nos preços de 5%:

PLANO DE VENDAS - AÇAÍ LEGAL (Cenário Realista) - Crescimento de 5% a.a.				
	Total 2022	Total 2023	Total 2024	Total 2025
Copo de 350 ml				
<i>Preço</i>	11,80	12,40	13,10	13,80
<i>Qtd.</i>	21.500	22.575	23.704	24.889
Subtotal	253.700,00	279.930,00	310.519,78	343.470,96
Copo de 500 ml				
<i>Preço</i>	14,20	15,00	15,80	16,60
<i>Qtd.</i>	18.800	19.740	20.727	21.764
Subtotal	266.960,00	296.100,00	327.488,18	361.277,42
Copo de 720 ml				
<i>Preço</i>	18,20	19,20	20,20	21,30
<i>Qtd.</i>	16.300	17.116	17.972	18.871
Subtotal	296.660,00	328.617,60	363.024,30	401.945,91
TOTAL R\$	817.320,00	904.647,60	1.001.032,26	1.106.694,29
Copos Vendidos	56.600	59.431	62.403	65.524

Figura 13: Plano de Vendas do Cenário Realista.
Fonte: Próprio Autor.

PLANO DE VENDAS - AÇAÍ LEGAL (Cenário Otimista) - Crescimento de 10% a.a.				
	Total 2022	Total 2023	Total 2024	Total 2025
Copo de 350 ml				
<i>Preço</i>	11,80	12,40	13,10	13,80
<i>Qtd.</i>	21.500	23.704	26.074	28.682

PLANO DE VENDAS - AÇAÍ LEGAL (Cenário Pessimista) - Crescimento de 1% a.a.

	Total 2022	Total 2023	Total 2024	Total 2025
Copo de 350 ml				
<i>Preço</i>	11,80	12,40	13,10	13,40
<i>Qtd.</i>	21.500	21.752	21.970	22.190
Subtotal	253.700,00	269.724,80	287.808,31	296.704,87
Copo de 500 ml				
<i>Preço</i>	14,20	15,00	15,80	16,10
<i>Qtd.</i>	18.800	19.017	19.207	19.400
Subtotal	266.960,00	285.247,71	303.475,34	311.990,38
Copo de 720 ml				
<i>Preço</i>	18,20	19,20	20,20	21,30
<i>Qtd.</i>	16.300	16.497	16.663	16.830
Subtotal	296.660,00	316.742,40	336.584,52	358.474,74
TOTAL R\$	817.320,00	871.714,91	927.868,17	967.169,99
Copos Vendidos	56.600	57.266	57.840	58.420

Figura 15: Plano de Vendas do Cenário Pessimista.

Fonte: Próprio Autor.

2.6. Ponto de Equilíbrio

“O ponto de Equilíbrio é formado a partir das relações dos custos e despesas fixos e variáveis com as receitas de vendas. (...) No ponto e equilíbrio, o lucro antes dos juros e do imposto de renda é igual a zero. (...) ou seja, o volume mínimo de vendas necessário para pagar todos os custos operacionais.” (Assaf Neto e Lima, pág. 125, 2010).

Este critério foi utilizado para saber quantos copos que deverão ser vendidos para pagar todos os gastos para a sua elaboração. Neste cálculo foi considerado os custos na produção para suprir as vendas para o primeiro mês de venda:

Ponto de Equilíbrio						
	Custo e Despesas Fixas	Preço de Venda Unitário	Custo/Despesas Variáveis	Margem de Contribuição	Ponto de Equilíbrio	
Copo 350 ml	21.361,85	11,80	4,21	7,59	2.814	Receita Total: 33.211
Copo 500 ml	21.361,85	14,20	5,69	8,51	2.510	Custo Variável Total: 11.849
Copo 720 ml	21.361,85	18,20	8,55	9,65	2.214	Resultado: -

Figura 16: Ponto de Equilíbrio dos Copos da Açai Legal.
Fonte: Próprio Autor.

2.7. Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE)

“A DRE é uma demonstração contábil que evidencia o resultado econômico, isto é, o lucro ou prejuízo apurado pela empresa no desenvolvimento das suas atividades durante um determinado período (...)”. (Ribeiro, pág. 417, 2013).

Através dos cálculos dos custos e elaboração dos preços que já fora mencionado anteriormente, foram elaborados os Demonstrativos dos Resultados dos exercícios (DREs) de cada um dos cenários, conforme apresentados abaixo. Vale a pena ressaltar que o regime de tributação que será aplicado neste projeto é o do Lucro Real.

DRE - Cenário Realista					DRE - Cenário Otimista				
	2022	2023	2024	2025		2022	2023	2024	2025
Receita Bruta	817.320	904.648	1.001.032	1.106.694	Receita Bruta	817.320	949.970	1.101.232	1.275.440
CMV	(596.772)	(644.123)	(677.057)	(707.085)	CMV	(596.772)	(666.082)	(716.066)	(774.521)
ICMS s/ Vendas	(147.118)	(162.837)	(180.186)	(199.205)	ICMS s/ Vendas	(147.118)	(170.995)	(198.222)	(229.579)

2.8. Fluxo de Caixa

“Em finanças, a expressão fluxo de caixa é utilizada para indicar as entradas e saídas de recursos financeiros de um projeto de investimento ou mesmo de uma empresa, ou seja, os investimentos, receitas, custos, despesas, juros, tributos, entre outros, que poderão ser gerados, tanto no curto prazo, quanto nas projeções de longo prazo, em cada período de tempo”. (Abreu Filho, pág. 58, 2012.).

O Fluxo de Caixa, assim como o Demonstrativo de Resultado do Exercício (que será abordado posteriormente) faz parte do grupo dos relatórios pertinentes à serem analisados pelos gestores financeiros e investidores de uma empresa. Ela demonstra toda a saúde financeira da empresa. Em outras palavras, ela demonstra todo o giro da empresa, em relação às movimentações de recebimentos de dinheiro e pagamentos de custo e despesas operacionais do negócio.

Abaixo constam as três projeções de Fluxo de Caixa da *Açaí Legal*, (Realista Otimista e Pessimista):

CENÁRIO REALISTA					CENÁRIO OTIMISTA				
	2022	2023	2024	2025		2022	2023	2024	2025
SALDO INICIAL	-	43.596	90.548	175.663	SALDO INICIAL	-	43.596	103.507	223.095
TOTAL ENTRADAS	1.016.343	893.053	990.924	1.095.608	TOTAL ENTRADAS	1.016.343	933.620	1.085.367	1.257.164
<i>Receita</i>	734.020	893.053	990.924	1.095.608	<i>Receita</i>	734.020	933.620	1.085.367	1.257.164
<i>Aporte</i>	282.323	-	-	-	<i>Aporte</i>	282.323	-	-	-
TOTAL SAÍDAS	(972.746)	(846.101)	(905.808)	(971.506)	TOTAL SAÍDAS	(972.746)	(873.710)	(965.778)	(1.081.005)
<i>Investimentos</i>	(247.475)	-	-	-	<i>Investimentos</i>	(247.475)	-	-	-
<i>Gasto c/ Pessoal</i>	(189.529)	(197.843)	(206.299)	(214.900)	<i>Gasto c/ Pessoal</i>	(189.529)	(197.843)	(206.299)	(214.900)
<i>Aluguel</i>	(48.000)	(50.400)	(52.920)	(55.566)	<i>Aluguel</i>	(48.000)	(50.400)	(52.920)	(55.566)
<i>Outros Custos</i>	(338.445)	(394.312)	(416.553)	(435.597)	<i>Outros Custos</i>	(338.445)	(414.985)	(454.645)	(501.466)
<i>Outras Despesas</i>	(23.600)	(26.985)	(27.704)	(28.459)	<i>Outras Despesas</i>	(23.600)	(26.985)	(27.704)	(28.459)
<i>Impostos</i>	(125.698)	(176.561)	(202.332)	(236.984)	<i>Impostos</i>	(125.698)	(183.496)	(224.210)	(280.613)
SALDO FINAL	43.596	90.548	175.663	299.765	SALDO FINAL	43.596	103.507	223.095	399.255

CENÁRIO PESSIMISTA				
	2022	2023	2024	2025
SALDO INICIAL	-	43.596	76.974	123.712
TOTAL ENTRADAS	1.016.343	863.582	902.140	963.347
<i>Receita</i>	734.020	863.582	902.140	963.347
<i>Aporte</i>	282.323	-	-	-
TOTAL SAÍDAS	(972.746)	(830.205)	(855.402)	(887.455)
<i>Investimentos</i>	(247.475)	-	-	-
<i>Gasto c/ Pessoal</i>	(189.529)	(197.843)	(206.299)	(214.900)
<i>Aluguel</i>	(48.000)	(50.400)	(52.920)	(55.566)
<i>Outros Custos</i>	(338.445)	(383.453)	(387.191)	(390.846)
<i>Outras Despesas</i>	(23.600)	(26.985)	(27.704)	(28.459)
<i>Impostos</i>	(125.698)	(171.523)	(181.288)	(197.685)
SALDO FINAL	43.596	76.974	123.712	199.603

Figura 18: Fluxos de Caixa da *Açaí Legal*.
Fonte: Próprio Autor.

2.9. Análise dos Indicadores Financeiros para a Viabilidade do Negócio

Para ter uma melhor análise na viabilidade na implementação deste negócio, foi calculado uma série de indicadores financeiros para auxiliar, ainda mais na tomada de decisão.

2.9.1. Valor Presente Líquido – (VPL)

O Valor Presente Líquido (VPL), ou NPV (*New Present Value*), conforme alguns autores preferem chamar, trás o valor de um determinado recebimento no

futuro à valor presente, descontando as taxas requerida pela empresa de rentabilidade.

“O valor presente líquido (VPL) é encontrado subtraindo-se o investimento inicial de um projeto (FC0) do valor presente de suas entradas de caixa (FCt), descontadas todas as taxas de custo de capital da empresa (r)”. (Gitman, pág, 369, 2010).

Através desta conta, é possível mensurar se um determinado investimento é viável economicamente ou não, através do seguinte critério, conforme consta no livro de Gitman (pág. 370) e no livro de Assaf Neto e Lima (pág. 180):

- *VPL > 0: projeto cria valor econômico, ou seja, projeto viável;*
- *VPL < 0: projeto destrói valor econômico, ou seja, projeto não viável;*
- *VPL = 0: projeto não cria valor econômico. Apenas cobre os custos gastos daquele investimento.*

Na elaboração do cálculo da VPL (ou NPV) foi considerada uma taxa de retorno desejável de 10%. Assim como nos exemplos anteriores, também foi considerado o mesmo cálculo para os 03 cenários distintos:

Valor Presente Líquido - VPL					
Cenário Realista		Cenário Otimista		Cenário Pessimista	
Taxa de Remuneração Desejada	10%	Taxa de Remuneração Desejada	10%	Taxa de Remuneração Desejada	10%
Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)
Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35
Ano 2023	90.547,68	Ano 2023	103.506,72	Ano 2023	76.973,77
Ano 2024	175.663,20	Ano 2024	223.095,46	Ano 2024	123.711,84
Ano 2025	299.765,18	Ano 2025	399.254,58	Ano 2025	199.602,96
VPL	168.865,36	VPL	283.164,47	VPL	50.203,28

Figura 19: Cálculo do Valor Presente Líquido dos Cenários: Realista, Otimista e Pessimista.
Fonte: Próprio Autor.

2.9.2. Taxa Interna de Retorno – (TIR)

“A taxa interna de retorno (TIR) consiste na taxa de desconto que faz com que o VPL de uma oportunidade de investimento seja igual a \$ 0

(já que o valor presente das entradas de caixa iguala-se ao investimento inicial)". (Gitman, pág. 371, 2010).

Ainda segundo Gitman (2010) este cálculo financeiro é, provavelmente, umas das técnicas de orçamento de capital mais sofisticado e também uma das mais complexas de ser feitas na mão.

Conforme consta no livre de Assaf e Lima (pág. 183) e Gitman (pág. 317), há dois critérios para saber se o investimento será aceito ou rejeitado:

- Se a TIR for maior que o custo de capital, ou seja, maior que Taxa Média de Atratividade (TMA), o investimento é aceito;
- Se a TIR for menor que o custo de capital, o investimento é rejeitado.

Assim como foi feito nos cálculos da VPL, para calcular a TIR da *Açaí Legal*, foi considerada uma taxa de retorno de 10% nos três cenários. O resultado está sendo demonstrado abaixo:

Taxa Interna de Retorno - TIR					
Cenário Realista		Cenário Otimista		Cenário Pessimista	
Taxa de Remuneração Desejada	10%	Taxa de Remuneração Desejada	10%	Taxa de Remuneração Desejada	10%
Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)
Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35
Ano 2023	90.547,68	Ano 2023	103.506,72	Ano 2023	76.973,77
Ano 2024	175.663,20	Ano 2024	223.095,46	Ano 2024	123.711,84
Ano 2025	299.765,18	Ano 2025	399.254,58	Ano 2025	199.602,96
TIR	28%	TIR	38%	TIR	16%

Figura 19: Cálculo da Taxa Interna de Retorno dos Cenários: Realista, Otimista e Pessimista.
Fonte: Próprio Autor.

2.9.3. Taxa Interna de Retorno Modificada – TIRM

“A TIRM serve para resolvermos o principal problema da TIR, que é a restrição de uso para casos dos fluxos de caixa não convencionais. Entretanto, não corrige esse problema no caso de TIRs múltiplas, nem no caso da inexistência de uma TIR, visto que tanto a TIRM quanto a TIR não fazem diferença entre os fluxos de investimento e de financiamento”. (Abreu Filho, pág. 52, 2012.).

Na prática, a TIRM pega todos os fluxos negativos e os leva para o futuro à valores positivos, que pode ser utilizada à uma taxa real de mercado.

Para o cálculo da TIRM da *Açaí Legal*, foi considerada uma Taxa de Reinvestimento na empresa de 15%. Também foi considerado um cálculo para os três tipos de cenários:

Taxa Interna de Retorno Modificada - TIRM					
Cenário Realista		Cenário Otimista		Cenário Pessimista	
Taxa de Reinvestimento	15%	Taxa de Reinvestimento	15%	Taxa de Reinvestimento	15%
Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)
Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35
Ano 2023	90.547,68	Ano 2023	103.506,72	Ano 2023	76.973,77
Ano 2024	175.663,20	Ano 2024	223.095,46	Ano 2024	123.711,84
Ano 2025	299.765,18	Ano 2025	399.254,58	Ano 2025	199.602,96
TIRM	25%	TIRM	32%	TIRM	16%

Figura 20: Cálculo da Taxa Interna de Retorno Modificadas dos Cenários: Realista, Otimista e Pessimista.
Fonte: Próprio Autor.

2.9.4. Índice de Lucratividade Líquida - ILL

“O ILL é um índice que indica a quantidade de riqueza que pode ser gerada pelo projeto para cada unidade monetária investida. Também utiliza o conceito do valor presente e precisa de uma taxa de desconto para ser calculada. Geralmente essa taxa é a TMA (Taxa Média de Atratividade)”. (Abreu Filho, pág. 56, 2012.).

Na prática o Índice de Lucratividade Líquida vai averiguar quanto de lucro que o investidor consegue para cada \$ 1,00 investido no projeto. Abreu Filho (pág. 56) e Assaf Neto e Lima (pág. 189) classificaram, em seus livros, os índices que são aceitos ou não para investir no projeto:

- *ILL > 0: Projeto pode ser aceito, pois agrega valor ao projeto*
- *ILL = 0: Projeto pode ser atraente, porém é indiferente aceitar ou não, pois ele apenas remunera o investidor;*
- *ILL < 0: Projeto deve ser rejeitado, pois destrói valor do projeto.*

Assim como nos outros indicadores, para o cálculo do ILL foi considerado uma taxa de remuneração desejada de 10% nos três cenários. O resultado está sendo demonstrado abaixo:

Índice de Lucratividade Líquida - ILL					
Cenário Realista		Cenário Otimista		Cenário Pessimista	
Taxa de Remuneração Desejada	10%	Taxa de Remuneração Desejada	10%	Taxa de Remuneração Desejada	10%
Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)	Investimento	(282.322,50)
Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35	Ano 2022	43.596,35
Ano 2023	90.547,68	Ano 2023	103.506,72	Ano 2023	76.973,77
Ano 2024	175.663,20	Ano 2024	223.095,46	Ano 2024	123.711,84
Ano 2025	299.765,18	Ano 2025	399.254,58	Ano 2025	199.602,96
ILL	R\$ 1,60	ILL	R\$ 2,00	ILL	R\$ 1,18

Figura 21: Cálculo do Índice de Lucratividade Líquida dos Cenários: Realista, Otimista e Pessimista.
Fonte: Próprio Autor.

2.9.5. Payback Simples e Payback Descontado

“O período de payback é o tempo necessário para que a empresa recupere o investimento inicial de um projeto, calculado a partir das entradas de caixa”. (Gitman, pág, 366, 2010).

O objetivo deste cálculo é averiguar qual é o tempo necessário para ter o montante do investimento recuperado para a empresa. Este cálculo também é importante para uma tomada de decisão, pois dependendo de quanto tempo demorará para recuperar o valor do investimento inicial, o projeto pode ser aceito ou não. Os conceitos mais comuns de *payback* utilizados são os Simples (ou efetivo) e o Descontado.

O *Payback Simples* é o mais fácil de fazer, pois não leva em consideração o valor do dinheiro no tempo, ou seja, apenas soma todos os valores de entrada de caixa e verifica em quanto tempo o do investimento inicial que precisou de desembolsado é composto. Já no *Payback Descontado* o cálculo traz todas as entradas de caixa a valor presente, ou seja, ele considera o valor do dinheiro no tempo. Este é o método mais correto e, também, o mais utilizado, já que mostra uma visão mais realista do investimento.

Abaixo constam os cálculos dos *Paybacks* Simples e Descontados do Cenário Realista, Otimista e Pessimista da Açai Legal:

Payback Simples e Descontado (Cenário Realista)

Payback Simples e Payback Descontado				
Custo de Capital	10%	Saldo Simples	Fluxo descontado	Saldo Descontado
Ano	Fluxo Realizado			
0	(282.322,50)	(282.322,50)	(282.322,50)	(282.322,50)
1	43.596,35	(238.726,15)	R\$ 39.633,05	(242.689,45)
2	90.547,68	(148.178,47)	R\$ 74.832,79	(167.856,66)
3	175.663,20	27.484,73	R\$ 131.978,36	(35.878,30)
4	299.765,18	327.249,91	R\$ 204.743,65	168.865,36
Payback Simples	2,84	2 anos e 7 meses		
Payback Descontado	3,18	3 anos e 2 meses		

Figura 22: Cálculo do Payback Simples e Descontado do Cenário Realista.

Fonte: Próprio Autor.

Payback Simples e Descontado (Cenário Otimista)

Payback Simples e Payback Descontado				
Custo de Capital	10%	Saldo Simples	Fluxo descontado	Saldo Descontado
Ano	Fluxo Realizado			
0	(282.322,50)	(282.322,50)	(282.322,50)	(282.322,50)
1	43.596,35	(238.726,15)	R\$ 39.633,05	(242.689,45)
2	103.506,72	(135.219,42)	R\$ 85.542,75	(157.146,70)
3	223.095,46	87.876,04	R\$ 167.614,92	10.468,22
4	399.254,58	487.130,62	R\$ 272.696,25	283.164,47
Payback Simples	2,61	2 anos e 5 meses		
Payback Descontado	2,94	2 anos e 8 meses		

Figura 23: Cálculo do Payback Simples e Descontado do Cenário Otimista.

Fonte: Próprio Autor.

Payback Simples e Descontado (Cenário Pessimista)

Payback Simples e Payback Descontado				
Custo de Capital	10%	Saldo Simples	Fluxo descontado	Saldo Descontado
Ano	Fluxo Realizado			
0	(282.322,50)	(282.322,50)	(282.322,50)	(282.322,50)
1	43.596,35	(238.726,15)	R\$ 39.633,05	(242.689,45)
2	76.973,77	(161.752,38)	R\$ 63.614,68	(179.074,77)
3	123.711,84	(38.040,54)	R\$ 92.946,54	(86.128,23)
4	199.602,96	161.562,42	R\$ 136.331,50	50.203,28
Payback Simples	3,19	3 anos e 2 meses		
Payback Descontado	3,63	3 anos e 5 meses		

Figura 24: Cálculo do Payback Simples e Descontado do Cenário Pessimista.

Fonte: Próprio Autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando todas as análises que foram feitas, tanto do cenário Realista, Cenário Otimista e do Cenário Pessimista, conclui-se que a abertura do quiosque de açaí, denominada *Açaí Legal*, é viável financeiramente.

Apesar de ser necessária uma quantia em dinheiro elevada para investir neste tipo de negócio, cerca de R\$ 282.322,20, em aproximadamente 3 anos, este valor é todo recuperado.

Analisando as DREs de ambos os cenários, o primeiro ano é o que apresenta uma lucratividade menor em relação aos outros, mais isto é considerado normal para um novo negócio que é inaugurado, já que a tendência, se tudo for feito conforme planejado, é ser observado uma curva e crescimento.

Por ser um produto sazonal e por ter forte concorrência de outros produtos substitutos, é considerado normal a empresa apresentar uma queda de vendas em alguns determinados períodos do ano, principalmente no inverno, já que é um produto que tem sua procura intensificada principalmente nos dias de calor.

Quando se observa os indicadores financeiros, mais precisamente a TIR, TIRM e o ILL, em ambos os cenários os números são satisfatórios. As TIRs em todos os cenários são acima de 10%, já que este é a taxa de remuneração que foi desejada ser atingida neste projeto.

Com relação à ILL, em todos os cenários, o índice é acima de R\$1,00. Mesmo no Cenário Pessimista o negócio ainda é considerado viável financeiramente.

Tudo isto prova que venda de açaí é um negócio lucrativo e gratificante. Apesar de ter um investimento alto, principalmente em divulgação num primeiro momento, ele acaba se tornando um produto que acaba se vendendo sozinho, já que a maioria das pessoas gostam de açaí e acaba o escolhendo como uma opção para saciar a fome ou, simplesmente, se refrescarem no calor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU Filho, José Carlos Franco. **Finanças Corporativas**. Colaboração: Cristovão Pereira de Souza, Danilo Américo Gonçalves, Marcus Vinícius, Quintella Cury. Pág. 12, 13, 15, 52, 53, 56, 58; 11^o ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

ASSAF Neto, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços: Um Enfoque Econômico-financeiro**. Alexandre Assaf Neto; pág. 66, 68; 8^o ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ASSAF Neto, Alexandre. **Fundamentos da Administração Financeira**. Alexandre Assaf Neto, Fabiano Guasti Lima. Pág. 01, 02, 93, 125, 166, 177, 179, 180, 181, 182, 183, 186, 187, 189, 193; São Paulo: Atlas, 2010.

BARNEY, Jay B; HESTERLY, William S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**. Tradução: Midory Yamamoto; revisão técnica: Pedro Zanni. Pag 04, 25, 26, 27, 29, 31, 35, 36; 3^o ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

CAVALCANTI, Marly (organizadora). **Gestão Estratégica de Negócios: Evolução, Cenários, Diagnósticos e Ação**. Pag.41; 2^o ed. Ver. E ampl. São Paulo: Cengage Learnig, 2011.

CEASA – Disponível em <<http://www.ceasa.gov.br/precos.php>>. Acesso em 26 Abr. 2021 às 15H37.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. P.; **Administração Estratégica: Planejamento e implantação de Estratégias**. Tradução e adaptação Reynaldo Cavaleiro Marcondes, Ana Maria Roux Cesar. Pág. 04, 30, 31, 93, 3^o ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

Conta Azul – **Custo de Funcionários para Empresas** – Disponível em <<https://blog.contaazul.com/planilha-custo-funcionario/>>. Acesso em 01 Mai. 2021 às 21h00.

Contabilizei – **Tabela 1 Simples Nacional** – Disponível em <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-1-simples-nacional/>>. Acesso em 01 Mai 2021 às 21h53.

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica: Da Empresa Que Temos Para a Empresa que Queremos**. Pág 35, 36, 207, 218, 361, 362, 363, 364, 2º Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) - **Aos 464 anos, São Paulo tem economia mais sólida do País** – Disponível em <Mhttp://www.fecomercio.com.br/noticia/aos-464-anos-sao-paulo-tem-economia-mais-solida-do-pais>. Acesso em 15 Abr. 2021 às 15h37.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. Lawrence J. Gitman; Tradução: Allan Vidigal Hastings; Revisão técnica: Jean Jacques Salim. Pág, 95, 366, 369, 370, 371, 372; 12º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

HIGGINGS, Robert C. **Análise para a Administração Financeira**. Robert C. Higgins. Pág. 295; Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.

HOJI, Masakazu, **Administração Financeira e Orçamentária: Matemática Financeira Aplicada, Estratégias Financeiras, Orçamento Empresarial**. Masakazu Hoje; pág. 111; 10º ed. São Pulo: Atlas, 2012.

IBGE – Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>. Acesso em 15 Mai. 2021 às 15h.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. Sérgio de Iudícibus; pág. 03; 11º ed. São Paulo: Atlas, 2015.

LOBATO, David Menezes, **Estratégia de Empresas**. David Menezes Lobato, Jamil Moysés Filho, Maria Cândida Sotelino Torres, Murilo Ramos Alambert Rodrigues. Pág 51, 52, 53, 61, 64, 65, 68, 69, 90, 91, 93, 94, 96, 9º ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

PORTAL DE CONTABILIDADE – **Os Princípios de Contabilidade** – Disponível em <http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/principiosfundamentais.htm>. Acesso em 18 Mar. 2021 às 14h25.

RIBEIRO, Osni Neto, **Contabilidade Geral Fácil**. Osni Moura Ribeiro; pág, 02, 417, 428, 431; 9º ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

ROSS, A. Stephen. **Fundamentos da Administração Financeira**. Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield, Bradford D. Jordan, Roberto Lamb. Tradução: Leonardo Zilio, Rafaela Guimarães Barbosa. Pág. 02; Porto Alegre: AMGH Editora, 2013.

SANTOS, José Luiz dos. **Contabilidade Societária**. José Luiz dos Santos, Paulo Schmidt, Pág. 04, 17; 4º ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SEBRAE – **Simple Nacional: Mudanças para 2018** – Disponível em <http://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AM/Banner/arquivo_1512481714.pdf>. Acesso em 01 Abr. 2021 às 21h44.

ANEXO – Custo dos Ingredientes

CUSTOS DOS INGREDIENTES						CUSTO POR UNIDADE	
Descrição	Medida	Vlr. Unitário (R\$)	Qtd por Unid.	Medida por Unid.	OBS	Custo	Medida
Açaí	Caixa	90,00	10,00	Litro		9,00	por litro
Aveia	Kilo	13,50	1,00	Kilo		13,50	por kilo
Banana	Kilo	1,48	1,00	Kilo		1,48	por kilo
Castanha de Cajú	Kilo	82,39	1,00	Kilo		82,39	por kilo
Côco Ralado	Kilo	19,79	1,00	Kilo		19,79	por kilo
Colher descartável	Caixa	49,00	1.000,00	Unidade		0,05	por unidade
Copos Descartáveis 350 ml	Caixa	106,30	2.000,00	Unidade		0,05	por unidade
Copos Descartáveis 500 ml	Caixa	182,71	1.000,00	Unidade		0,18	por unidade
Copos Descartáveis 720 ml	Caixa	259,12	800,00	Unidade		0,32	por unidade
Cupuaçú	Caixa	80,00	10,00	Litro		8,00	por litro
Granola Tradicional	Kilo	11,90	1,00	Kilo		11,90	por kilo
Leite Condensado	Caixa	76,73	5,00	kilo		15,35	por kilo
Leite em Pó	Caixa	105,98	2,80	Kilo	7 latas c/ 400g	15,14	por lata
Morango	Kilo	9,64	1,00	Kilo		9,64	por kilo
Subtotal Produtos						186,79	

CUSTO POR COPO DE AÇAÍ VENDIDO											
Copo de 350 ml				Copo de 500 ml				Copo de 720 ml			
Qtd.	Medida	Custo		Qtd.	Medida	Custo		Qtd.	Medida	Custo	
Açaí	250 ml	2,25		Açaí	350 ml	3,15		Açaí	600 ml	5,40	
Aveia	5 grama	0,07		Aveia	5 grama	0,07		Aveia	5 grama	0,07	
Banana	20 grama	0,03		Banana	30 grama	0,04		Banana	40 grama	0,06	
Castanha de Cajú	5 grama	0,41		Castanha de Cajú	5 grama	0,41		Castanha de Cajú	5 grama	0,41	
Côco Ralado	5 grama	0,10		Côco Ralado	5 grama	0,10		Côco Ralado	5 grama	0,10	
Colher descartável	1 unid.	0,05		Colher descartável	1 unid.	0,05		Colher descartável	1 unid.	0,05	
Copo 350 ml	1 unid.	0,05		Copo 350 ml	- unid.	-		Copo 350 ml	- unid.	-	
Copo 500 ml	- unid.	-		Copo 500 ml	1 unid.	0,18		Copo 500 ml	- unid.	-	
Copo 720 ml	- unid.	-		Copo 720 ml	- unid.	-		Copo 720 ml	1 unid.	0,32	
Cupuaçú	50 ml	0,40		Cupuaçú	60 ml	0,48		Cupuaçú	70 ml	0,56	
Granola Tradicional	5 grama	0,06		Granola Tradicional	5 grama	0,06		Granola Tradicional	5 grama	0,06	
Leite Condensado	10 grama	0,39		Leite Condensado	15 grama	0,58		Leite Condensado	20 grama	0,78	
Leite em Pó	20 grama	0,30		Leite em Pó	25 grama	0,38		Leite em Pó	30 grama	0,45	
Morango	10 grama	0,10		Morango	20 grama	0,19		Morango	30 grama	0,29	
Subtotal			4,21	Subtotal			5,69	Subtotal			8,55