

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC**

**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**SIMIÃO GIMO DANGE**

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO E FINANCEIRO PARA ABERTURA DE  
UM RESTAURANTE ANGOLANO NO MUNICÍPIO DE CRICIÚMA, SANTA  
CATARINA**

**CRICIÚMA**

**2018**

**SIMIÃO GIMO DANGE**

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO E FINANCEIRO PARA ABERTURA DE  
UM RESTAURANTE ANGOLANO NO MUNICÍPIO DE CRICIÚMA, SANTA  
CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Graduação, no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Me. Sérgio Mendonça da Silva

**CRICIÚMA**

**2018**

**SIMIÃO GIMO DANGE**

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO E FINANCEIRO PARA ABERTURA DE  
UM RESTAURANTE ANGOLANO NO MUNICÍPIO DE CRICIÚMA, SANTA  
CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Graduação, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade Gerencial.

Criciúma, 19 de Dezembro de 2018.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. Sérgio Mendonça da Silva – Me. (UNESC) - Orientador

Prof. Alex Sander Bristot de Oliveira - Especialista - (UNESC)

Prof. Ângelo Natal Périco - Especialista - (UNESC)

**A Deus, que se mostrou criador e senhor. Que me deu saúde, amor, coragem, inteligência e propor sempre um mundo melhor, cheias de possibilidades. Aos meus pais, irmãos, e a toda minha família que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa da minha vida.**

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus por ter me dado saúde e força para superar as todas dificuldades.

Aos meus pais (pai Fausto e mãe Fineza) e irmãos Manuel, Félix, Francelina, Catarina, as Filomenas, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes.

Ao meu orientador professor Sérgio Mendonça da Silva, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Meus agradecimentos aos amigos Vicente, Aristóteles Lopes, Euclides Amaro, Carlos Magalhães, Celma Inês, Epifania, Leopoldina, Kieza, Amélia, Evandro, Suemy Barreto, Luisa Solange, Mercandia, Duarte Gongo, Angelo, Jessica Tomaz, Oliveira, Kombo, Januário, Marta Quilobo, Vanda, Jessica Caronilda, Raissa, João Carlos, Química, Carlos Mbiki, João Lopes, Júlio, Camila Rodrigues, Richard, Alberto Filho, Gil, Geraldo, MC David, companheiros de trabalho Alexandre, Camila, Sandra, Eduardo, Fran, Renan, Caio, Lairton, Grazy, e os demais conhecidos que eu esqueci de mencionar e que fizeram parte da minha formação e que vão continuar presentes em minha vida com certeza, e sem se esquecer da síndica do edifício aguiar a Marlene, pela paciência e auxílio.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

**“Investir e empreender, estes caminhos irão mostrar a você que dinheiro e sucesso são apenas consequência.”**

**(Gilberto Cerqueira)**



**Simião Gimo Dange<sup>1</sup>**

**Sérgio Mendonça da Silva<sup>2</sup>**

**RESUMO:** O estudo de viabilidade pressupõe a elaboração de um projeto de investimento. Deste modo, o objetivo deste trabalho é verificar a viabilidade econômico e financeiro para abertura de um restaurante Angolano no município de Criciúma, Santa Catarina. Por meio da pesquisa bibliográfica realizou-se a fundamentação teórica do estudo, onde foram utilizados livros e artigos abrangendo os temas de empreendedorismo e plano de negócios. Os procedimentos metodológicos adotados, pautaram-se em descritivo, levantamento e aplicação de questionário, com abordagem qualitativa e quantitativa. O questionário foi aplicado nos cursos de ciências contábeis, administração e economia da UNESC, onde obteve-se 85 respondentes, desenvolvida por meio do google formulários, cujos resultados obtidos demonstraram uma grande aceitação do negócio proposto, no qual 83,5% dos respondentes da pesquisa, mostraram interesse de frequentar o futuro empreendimento. De acordo com os resultados obtidos por meio do plano financeiro, O presente estudo concluiu que a abertura do restaurante angolano na cidade Criciúma/SC, é economicamente viável nos cenários otimista e realista, por via das ferramentas financeiras, calculou-se o investimento inicial total para abertura do empreendimento no valor de R\$ 93.446,33, no qual constatou-se um retorno do investimento de 29 meses e uma rentabilidade mensal de 3,4%, diante do cenário realista.

**PALAVRAS – CHAVE:** Empreendedorismo. Plano de negócios. Viabilidade. Gastronomia típica.

**AREA TEMÁTICA:** Tema 06 - Contabilidade Gerencial

## 1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo, serão abordados assuntos relacionados ao tema da pesquisa, que enuncia o “estudo de viabilidade financeira para abertura de um restaurante angolano na cidade de Criciúma, Santa Catarina” como um fator indispensável na construção de um negócio. Em seguida, são apresentados os objetivos, geral e específicos da pesquisa. Mais adiante descreve-se a relevância da pesquisa pertinente, e terminando com a estrutura de trabalho.

Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL, o setor de bares e restaurantes vem tendo um crescimento nos últimos anos. Conforme relata a entidade, verificaram que os últimos anos que se passaram, este nicho de

---

<sup>1</sup> Formando em Ciências Contábeis da UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil. E-mail: Simiaogimo@gmail.com

<sup>2</sup>Professor. Mestre, UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.



mercado tiveram um crescimento registrado de 20%. Onde, todos os dias, mais de 100 milhões de pessoas fazem sua alimentação fora de suas residências. Isto quer dizer 50% da população do Brasil, que gerou um faturamento de 28 bilhões em transações comerciais nacionais, onde R\$ 460 milhões são gerados a cada dia, informações publicadas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), (SEBRAE IDEIAS DE NEGÓCIOS, 2017).

Neste âmbito, a implantação de um empreendimento do ramo alimentício, visa explorar oportunidades para fornecer produtos nessa linha, sendo que, com a finalidade de se destacar nessa atividade é oferecimento de comidas típicas regionais ou internacionais, fazendo assim uma relação ao estudo. Entretanto, o estudo em análise propõe a elaboração de um empreendimento angolano, que na qual, pretende oferecer comidas típicas angolanas e com uma variedade gastronômica, cuja o objetivo é explorar produtos nessa linha e fortalecer os laços culturais entre os povos, visto que os mesmos possuem um laço de amizade muito forte. Deste modo, vivendo com o processo de aculturação com o povo brasileiro, pode-se verificar que a cidade Criciúma, não possui nenhum restaurante angolano ou africano, cuja oferece serviços gastronômico de origem típica. Contudo, conclui-se que existe uma oportunidade de negócio no ramo gastronômico típico regional ou internacional, como se verifica na cidade vizinha de Nova Veneza, onde muitos criculumenses e região se deslocam para este município, com o objetivo de saborear a gastronomia típica deste município ou internacional, como italiana, mexicana e afins.

Para a constituição de um negócio no ramo alimentício, é necessário utilizar ferramentas de pesquisa mercadológica para se analisar aspectos legais, administrativos e financeiros. onde são visualizados o público consumidor e os fatores competitivos. Sendo uma das formas de competir nesse nicho de mercado, é obter parcerias com outras entidades e traçar planejamentos estratégicos, a fim de se oferecer produtos com qualidade e excelência. Todavia, deve-se constatar as viabilidades que possibilitam aumento produtivo e alcance de vantagem competitiva de setores econômicos. Sendo que estes fatores econômicos estão atrelados a utilização de tecnologia e mão de obra qualificada. (CASAROTTO FILHO, 2002). Neste contexto, com os argumentos acima referidos, é possível verificar a viabilidade da implantação de um restaurante angolano na cidade de Criciúma. Após a formalização do problema supramencionado, aponta-se a seguinte questão de pesquisa que vem a ser respondido, escrito da seguinte forma: É viável a abertura de um restaurante angolano no município de Criciúma, Santa Catarina?

O objetivo geral da pesquisa consiste em verificar a viabilidade econômico e financeiro para abertura de um restaurante Angolano na cidade de Criciúma, Santa Catarina. Buscando-se chegar ao objetivo geral, o trabalho tem como objetivos específicos os seguintes: realizar um estudo bibliográfico relacionado ao tema; verificar a aceitação do público em relação ao negócio; elaborar um plano financeiro para o empreendimento; e por fim, analisar a viabilidade econômico-financeira da empresa.

O estudo da viabilidade econômico-financeira é relevante no processo de tomada de decisão, onde o mesmo possibilita determinar o valor do investimento inicial, o capital necessário, prever os recursos futuros. Após com estas informações em mãos, o empreendedor poderá tomar as decisões certas que afetarão o valor econômico da empresa. O presente trabalho justifica-se em sua importância e viabilidade. Conforme Castro (2006), o estudo é importante, devido ao respectivo





trabalho afetar de maneira teórica ou prática algum segmento da sociedade. Sendo que, a viabilidade pressupõe se a pesquisa de ser viável ou não.

Todavia, o trabalho é julgado importante, uma vez que atende a exigência para a graduação acadêmica em ciências contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), e tem a finalidade de produzir uma ferramenta para a implementação de um novo empreendimento na cidade de Criciúma, se trata de um restaurante angolano que busca atender, o público alvo de 10 anos em diante, por meio dele, é possível oferecer um novo serviço a um público Criciumense e auxiliar no desenvolvimento do setor de bares e restaurantes de Criciúma. Além disto, o trabalho é importante para a comunidade acadêmica uma vez que pode servir de base de consulta para a realização de trabalhos científicos com foco semelhante e trazendo informações acerca de um nicho específico de mercado.

Após a seção introdutória, este estudo está organizado de acordo com as seguintes etapas: fundamentação teórica; procedimentos metodológicos; apresentações e análises dos resultados; e considerações finais. A fundamentação teórica reúne a revisão da literatura com estudos teóricos com ênfase à identificação da viabilidade econômica e financeira. Em seguida, apresenta-se os procedimentos metodológicos com o método, abordagem, objetivos, e técnicas de pesquisa. Posteriormente, são apresentados os resultados e suas relações com outros estudos. Finalmente, são apresentadas as conclusões, limitações do trabalho e sugestões para pesquisas futuras.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nesta seção, apresenta-se a conceituação teórica dos assuntos relacionados ao estudo, tais como empreendedorismo, negocio proposto, plano de negócios, e plano financeiro.

### **2.1 EMPREENDEDORISMO**

Segundo Dornelas (2014) o empreendedorismo se qualifica como o principal fator de desenvolvimento econômico e social de um país. Por meio deste fato, pode-se ver o crescimento do país e conseqüentemente da sociedade de forma geral. Para isso, é necessário incentivar a criação de novas iniciativas empreendedoras em diversas áreas empresariais. Na mesma linha de pensamento, Lenzi (2009) ressalta que o empreendedorismo é um fenômeno humano e holístico, sendo que ele não pertence em nenhuma área específica, mas de certo modo existe o reducionismo, ao se considerar apenas o empreendedorismo e o empreendedor como objetos da economia, sendo que uma entre muitas, que ganha destaque devido ao progressivo interesse por parte dos governos e sociedade, é a economia administrativa do campo.

Para se entender um pouco mais, Dornelas (2014) salienta que empreendedorismo pode ser retratado, sob duas definições. A primeira indaga o empreendedor como uma pessoa que realmente sabe aonde quer chegar, que visualiza o empreendedorismo como uma oportunidade. Já o segundo, define o empreendedorismo por necessidade, onde o empreendedor foca-se no mundo dos negócios sem o projeto e o conhecimento necessário, acarretando desta forma sua possibilidade de insucesso. O empreendedorismo é um acontecimento pluridisciplinar, a qual pertence à elementos de pesquisa de diferentes áreas do conhecimento.



Atualmente a competitividade, obriga o empreendedor a fazer um planejamento do seu empreendimento, de modo a observar suas ações de curto, médio e longo prazo, ficando com mais segurança nas tomadas de decisões gerenciais. O empreendedor para ter sucesso, precisa acompanhar o avanço tecnológico, econômico e social, escancarado para o mundo (SANTOS; SILVA, 2012). Nesse sentido, o espírito empreendedor envolve emoção, impulso, inovação e intuição, porém também, deve conservar uma vasta área para utilizar no processo de balanceamento de aspectos racionais e emocionais do negócio. Estabelecer metas e objetivos ou meios adequados para se obter um resultado da melhor maneira possível, isso significa estratégia. Entretanto, o empreendedor precisa ser alguém que compreenda profundamente o seu produto ou serviço a oferecer, de modo a conhecer o mercado e suas necessidades, com a finalidade de se elaborar objetivos futuros e estar sempre em busca de inovação (CHIAVENATO, 2014).

O desenvolvimento das tecnologias da informação (TI), De acordo com Mariano (2007), aumentaram as possibilidades de estudo e a ampliação de novos produtos nas empresas do mundo todo. Todavia, a descoberta e desenvolvimento da eletrização possibilitaram o avanço da globalização e o crescimento da economia global, graças a ela, atualmente temos sistemas de informações, que auxiliam de forma significativa a gestão das organizações, a fim de manter a saúde financeira das empresas. A nível mundial, muitas empresas surgiram por meio da tecnologia, seja pelo modo simples, pelo registro de um pedido no sistema, ou pela intermediação financeira oferecida pelo sistema de tecnólogo. Além do desenvolvimento da indústria no meio de maquinários modernos e inovadores, onde os empreendedores atualmente possuem a sua disposição canais de divulgação dos seus produtos ou serviços, e interação com os clientes, que na qual, facilitam e capacitam às vendas, e sobretudo garantem o crescimento do mercado global.

## 2.2 NEGÓCIO PROPOSTO

O presente trabalho, busca avaliar a viabilidade da abertura de um restaurante de especialidade angolana, na Cidade de Criciúma /SC, para atender a cidade e regiões. De acordo com Fonseca (2014) os restaurantes especialistas são casas que oferecem cardápios restritos a esta especialidade, aumentando assim a qualidade do produto que se propõe oferecer. Deste modo, a proposta da pesquisa é um restaurante típico de comida angolana, sendo que, ele pretende oferecer um ambiente de diversos molhos ou ingredientes.

O estudo da viabilidade fornece ao empreendedor informações necessárias para tratar de forma efetiva a alocação dos recursos ou direcionar tais recursos a outro investimento. Segundo Dolabela (2009), um bom negócio, nasce na identificação de uma oportunidade e seu posterior estudo de viabilidade. Deste modo, este estudo de viabilidade proporciona uma resposta de viável ou inviável, e conseqüentemente a abertura ou não do empreendimento. Maximiano (2006, p.26) denomina um projeto como sendo “um empreendimento temporário ou uma sequência de atividades com começo, meio e fim programados, que tem por objetivo fornecer um produto singular, dentro de restrições orçamentárias”.

Um negócio pode ser qualquer coisa que obtenha algum retorno ou prejuízo financeiro. Normalmente, pode ser um serviço com mais de uma pessoa, em busca de um mesmo objetivo. Deste modo, o direcionamento do negócio em questão, são pessoas físicas que buscam saborear comida angolana, independentemente da idade



ou sexo. Nesse sentido, a empresa buscará fidelizar seus clientes com base na qualidade do alimento oferecido, com enfoque no atendimento dos clientes de forma excepcional e com conhecimento necessário. Conforme o SEBRAE (2016), o empreendedor deverá levar em conta o tipo de alimentação que deseja comercializar, tendo conhecimento de quais equipamentos necessários, para garantir o sucesso e a qualidade dos alimentos.

O SEBRAE (2016) afirma que segundo a Abia - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos, o mercado de food service, ou de alimentação fora do lar, tem crescido nos últimos dez anos à taxa de 13% ao ano, contra os 11% do setor alimentício como um todo. Dessa forma, trata-se do ramo de alimentação que mais cresceu depois de 2002. Entre 2002 e 2011, a venda de comida fora do lar aumentou 131%, enquanto o varejo alimentício tradicional cresceu 109%. Entretanto, em 2013, o food services foi responsável por mais de um quarto do faturamento total da indústria alimentícia, movimentando R\$ 242,8 bilhões ao ano.

No âmbito internacional, Cusack (2014) relata que, em muitos países africanos, são reconhecidos um conjunto de pratos e práticas culinárias, que foram montados e mobilizados para formar um prato de cozinha nacional. Tal cozinha nacional pode geralmente refletir, no que é realmente comido por uma grande parte da população, como por exemplo, no Senegal ou Cabo Verde e em alguns outros países, como a Guiné Equatorial e Angola. O modelo geralmente aceito para o processo, no entanto, é montar uma seleção representativa de pratos de diferentes regiões do país, por exemplo, ao longo das linhas da cozinha nacional italiana. Já em Angola, a seção principal inclui algumas receitas básicas, incluindo muamba, mufete, funge e feijão de azeite de palma, pratos que compõem uma cozinha nacional angolana bem definida.

### 2.3 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios, na visão de Dornelas (2005, p.98), é um “documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa”. Deste modo, percebe-se que o uso deste instrumento, proporciona ao usuário uma vasta análise acerca do negócio que se pretende abrir, de modo a obter informações que o auxiliam a efetuar um planejamento adequado, com a finalidade de minimizar o surgimento de insucesso no seu empreendimento.

Na mesma linha de pensamento, Dornelas (2014) acrescenta que a elaboração do plano de negócios exige um processo de aprendizagem e uma rede de conhecimentos confiáveis, que por sua vez, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de trabalho. Desse modo, por meio do plano de negócios é possível:

- a) entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio; b) gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas; c) monitorar o dia-a-dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário; d) conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, SEBRAE, investidores, capital de risco etc; e) identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa; f) estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores e associações). (DORNELAS, 2005, p.99).

Em forma de resposta da descrição do plano de negócios, Bizzotto (2008) responde que o plano de negócio deve demonstrar claramente os benefícios palpáveis, que os empreendedores poderão obter referente ao retorno da elaboração do mesmo.



Neste âmbito, deve-se demonstrar uma razão pela qual a equipe deve investir o seu tempo em pesquisas e elaboração de um documento, ao invés de iniciar o negócio.

A elaboração de um plano de negócios exige clareza quanto ao que se vai avaliar, além de cuidados específicos concernentes a fundamentação e a qualidade das premissas previamente assumidas. Tendo em vista a sua complexidade, segue alguns aspectos que precedem a estruturação de um plano de negócios, conforme Ceconello e Ajzental (2008) é a seguinte: Sumário Executivo; Produtos e Serviços; Análise de Mercado; Estratégia do Negócio; Organização e Gerência do Negócio; Plano Financeiro. O plano de negócios compreende a descrição da missão, visão, valores, regra de produção, metas de longo prazo (com limite de 5 anos), análise de viabilidade financeira. Para a obtenção de um resultado satisfatório para o empreendimento, necessita da conclusão e atender as necessidades de seus interessados.

## 2.4 – GASTRONOMIA ANGOLANA

De acordo com o Portal São Francisco (2016), a culinária tradicional de Angola, possui uma influência de Portugal e Moçambique, sendo que, também recebido nos últimos anos uma forte influência da culinária brasileira. Os ingredientes mais comuns utilizados são cereais cultivados há séculos no país, como sorgo, painço e milho, além de feijão frade, lentilha, inhame, dinhungo (abóbora-carneira) e quiabo. Entre as frutas, são destacadas a melancia, a tamarindo e o fruto do imbondeiro. Deste modo, para o preparo das mais variadas receitas utiliza-se o azeite de dendê (óleo de palma). Entretanto, o prato mais popular em Angola é o funge ou funji, que é uma massa cozida de farinha de milho ou de mandioca e que se acompanha com a carne ou peixe. Outra receita tradicional é a muamba, que pode ser preparos com galinhas e peixes das lagoas. Destaque-se que, para além da funge e da muamba, fazem parte da cozinha angolana, os seguintes pratos: Calulu, Cocada, Dinhangoa, Feijão com óleo de palma, Gonguenha, Moqueca, Mututo, Mufete, Pirão, Quibeba e Sumatena ou Súmte.

## 2.5 INVESTIMENTOS INICIAIS

Conforme Baron (2007), o investimento inicial visa na construção de metas consideradas cruciais para dar início ao projeto, deve-se observar o custo necessário do negócio, isto é, o capital essencial para aquisição dos equipamentos, estoques ou suprimentos, custo de produção e capital de giro, o qual é necessário estudo analítico da organização, de modo, a manter a empresa em perfeito funcionamento até que esta comece a apresentar receitas capazes de suprir suas despesas.

Rosa (2013) ressalta que o caixa mínimo é a quantidade monetária que a empresa necessita para financiar suas atividades iniciais. Este valor surge da necessidade líquida de capital de giro em dias, que é multiplicado pelos custos diários da organização. Nesse contexto, aqui é onde acontece um dos maiores obstáculos enfrentados por uma boa parte das empresas em sua fase inicial, o acesso a investidores disponíveis a aplicar seus recursos em projetos novos, ou por meio de empréstimos bancários, onde o acesso ao crédito é restrito. Entretanto, "nenhuma empresa pode ser aberta sem um mínimo de capital inicial nem pode funcionar sem algum capital de giro" (CHIAVENATO, 2014, p.212).

## 2.6 DESPESAS OPERACIONAIS



Para Camloffsk (2014), as despesas operacionais devem ser orçadas no negócio constituído, as quais são compostas por despesas fixas e variáveis. As despesas fixas são aquelas que não oscilam independente do aumento ou redução na produção de determinado produto. Já as despesas variáveis, se alteram de acordo com as vendas ou produção, assim, quanto maior for o fluxo de atividade no negócio, maior será as despesas também. Assim, verifica-se que com a projeção das despesas operacionais a empresa terá condição de sustentabilidade e de mensurar a necessidade produtiva para suprir suas despesas para manter um bom desempenho.

## 2.7 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Martins et al. (2013, p. 39) conceituam a demonstração do resultado como,

O demonstrativo que apresenta de forma esquematizada os resultados auferidos pela entidade em determinado período. Em linhas gerais, o resultado é apurado deduzindo-se das receitas as despesas (inclusive os custos, que nesse momento se transformam em despesa) que a empresa incorreu no referido período.

Dornelas (2014) explica que é importante a necessidade da inclusão de demonstrações de resultado do exercício e de fluxo de caixa no exercício econômico-financeiro da organização. Deste modo, elas servem para medir as projeções anuais para os primeiros cinco anos de operação da empresa, evidenciam as estimativas referentes aos dois primeiros anos, com o intuito de mostrar como a empresa irá se manter no mercado e os outros três anos mostram o seu potencial de crescimento. Observando esse nicho de pensamento, verifica-se que as demonstrações contábeis servem para mensurar e controlar o andamento das atividades da empresa, e os quais podem fornecer diversas informações uteis a respeito da situação financeira das empresas e a possibilidade de viabilização da implantação de projetos ou empreendimentos específicos.

## 2.8 INDICADORES ECONÔMICOS/FINANCEIROS

Para um projeto de negócio ser implantado, ela deve conter um nível de rentabilidade aceitável em relação ao capital que se pretende aplicar. A rentabilidade é medida por meio de indicadores, que visam mostrar os resultados obtidos. Deste modo, serão apresentados os principais índices utilizados:

**1) Ponto de equilíbrio (PE):** segundo Dornelas (2013), a empresa atingindo o faturamento estabelecido pelo ponto de equilíbrio não haverá nem lucro nem prejuízo. Ela corresponde ao nível de vendas, que permite cobrir exatamente os seus custos, para equilibrar as despesas e as receitas. O cálculo do ponto de equilíbrio pode ser feito por meio da seguinte fórmula:

Figura 3 - Fórmula de cálculo do ponto de equilíbrio

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Margem de Contribuição}}$$

Fonte: Adaptado de Dornelas (2013)



Sendo que:

$$\text{Margem de Contribuição} = \frac{(\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total})}{\text{Receita Total}}$$

Fonte: Adaptado de Dornelas (2013)

A margem de contribuição possui os valores suficientes para pagar os custos fixos e ter lucros, que sobra da receita total que são encontrados na Demonstração de Resultados do Exercício. O ponto de equilíbrio também pode ser calculado em unidades vendidas. Todavia, é recomendado às empresas que trabalham com uma grande variedade de produtos ou serviços, calcular o ponto de equilíbrio em faturamento. (Dornelas, 2013).

**2) Lucratividade e Rentabilidade:** conceitua-se a lucratividade, como ganho excedente, descontados todos os gastos iniciais e a rentabilidade como, grau de resultado econômico de uma empresa em relação ao capital nela aplicado. (DORNELAS, 2013).

Calcula-se pela seguinte fórmula:

- ✓ **Lucratividade:** é a relação entre o valor do lucro líquido e o valor das vendas. É um número percentual.
- ✓ **Rentabilidade:** é a relação entre o valor do lucro líquido e o investimento realizado.

Fonte: Adaptado de Sebrae, 2018

**3) Prazo de retorno do investimento (payback):** Este corresponde ao número de anos ou meses necessários para que o desembolso equivalente ao investimento inicial seja recuperado, igualado e superado pelas entradas de capital devidamente liquidadas (SAN VICENTE; SANTOS, 2009). Conforme Dornelas (2013), este método é mais eficaz pelo fato de utilizar o fluxo de caixa para seus cálculos, apresentando assim resultados mais precisos. E ainda Camloffski (2014), acrescenta que demonstra em quanto tempo o investimento será recuperado. A fórmula para calcular este índice é o seguinte:

Figura 4 - Fórmula do Prazo de Retorno do Investimento

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Lucro do Período}}$$

Fonte: Adaptado de Dornelas (2013)

Entretanto, para se calcular o payback é necessária a definição do investimento inicial total, que é, o capital inicial do negócio.

### 3 PROCEDIMENTOS METOLÓGICOS

Este capítulo do trabalho, visa apontar os procedimentos metodológicos que foram utilizados na elaboração do estudo, sendo que, ela aborda o enquadramento metodológico e as técnicas de procedimentos para coleta e análise de dados, diante do processo da confecção do artigo.



### 3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Quanto aos objetivos da pesquisa, classifica-se como descritiva, conforme Gil (2002) tem como objetivo primordial, a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos, por meio dele, foi desenvolvido o estudo de viabilidade econômico-financeiro para abertura de um restaurante Angolano em Criciúma, Santa Catarina.

No que concerne abordagem do estudo, apresenta-se de forma quantitativa e qualitativa. Oliveira (2002) descreve que o método quantitativo é bastante utilizado no desenvolvimento das pesquisas descritivas, que tem como finalidade de classificar a relação entre variáveis. Oliveira (2002) explica que a abordagem qualitativa tem uma característica de poder descrever a complexidade de uma situação problemática. Deste modo, ela permite a observação e compreensão de dados.

Em relação aos procedimentos da pesquisa, utilizou-se o método de levantamento, devido ao uso de questionário para coleta dos dados. Segundo Silva (2003, p. 62), o levantamento “consiste na coleta de dados referentes a uma certa população com base em uma amostra selecionada, de forma clara e direta, dos quais se objetiva saber o comportamento”.

### 3.2 PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados foi realizada, por meio da obtenção de dados secundários. Deste modo, de acordo com Mattar (2005, p. 134), “são aqueles que já foram coletados, tabulados, ordenados e, às vezes, até analisados com propósitos outros além de atender às necessidades da pesquisa em andamento”. Isto sucedeu, por meio da análise de bibliografia relacionada ao tema, onde obteve-se a fundamentação teórica do trabalho, análise de documentos, pesquisas em sites da internet e observação informal. Na sequência, foram utilizados também dados primários, como fonte de obtenção de informação de pesquisa. Conforme segundo Mattar (2005), “são aqueles que nunca foram coletados e tem o propósito específico de atender uma necessidade da pesquisa realizada”. Neste âmbito, ocorreu por meio de entrevistas não estruturadas, em restaurantes e bares da cidade de Criciúma, em agosto de 2018. Para estas entrevistas, foi utilizado contato pessoalmente, via telefone e e-mail.

O presente estudo aplicou um questionário conforme apêndice I, para a coleta de dados, no período de setembro de 2018. Para Richardson (1999), o questionário cumpre, pelo menos, duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social. Esta pesquisa foi aplicada na Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), nos cursos de administração, ciências contábeis e econômicas, por via do google formulários, onde teve-se um resultado de 85 respondentes. O questionário teve a finalidade de identificar as características demográficas da comunidade acadêmica e suas atitudes, opiniões e intenções de consumo, perante ao empreendimento. Todavia, o questionário utilizado, foi elaborado pelo pesquisador, como instrumento de coleta de dados, possui treze (13) questões, sendo doze (12) fechados e uma (1) aberta, sendo de múltipla escolha, formulada da seguinte forma:

a) Questão 1 a 6, buscou-se identificar a característica socioeconômico dos respondentes;



b) Questão 7 a 8, se obteve informações sobre os hábitos relacionados ao consumo, como frequência e gastos médios em restaurantes.

c) Questão 9, 10, 11, 12, 13 e 14, focalizaram nas questões relacionadas ao empreendimento, onde as questões 9, 10, 11 e 12, tiveram o objetivo de identificar comportamentos dos respondentes, como fatores de frequência e alimentos do empreendimento e local de abertura. Na sequência, as questões 13 e 14, procuraram em obter os pratos mais escolhidos e as expectativas em relação novo empreendimento. (APÊNDICE I).

Contudo, a estrutura do questionário foi considerada simples e clara e o tempo de resposta foi de aproximadamente 3 minutos, em média.

A análise dos dados foi realizada com auxílio do software Microsoft Excel, por meio dele, foram tabelados e gerados gráficos dos resultados obtidos, permitindo assim, a visualização das frequências e porcentagens da ocorrência de cada resposta do questionário aplicado na pesquisa de mercado.

#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção do trabalho, o enfoque do estudo concerne na apresentação e análise dos resultados, obtidos por meio da aplicação de um questionário, disponível no apêndice I do trabalho, cujo objetivo é verificar a demanda para abertura de um restaurante angolano na cidade de Criciúma, Santa Catarina. Para analisar a viabilidade financeira do restaurante, se estabeleceu bases em Dornelas (2013), onde foi feito um levantamento dos aspectos financeiros e realizou-se a projeção das receitas, despesas e investimentos necessários para a constituição da empresa.

##### 4.1 PESQUISA DE MERCADO

O instrumento de coleta de dados, indaga treze (13) questões, sendo que doze (12) fechadas e uma (1) aberta, na qual, se obteve um total 85 participantes.

1) Nessa questão da pesquisa, buscou-se identificar o sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, residência e renda mensal dos respondentes, cujo o resultado é o seguinte:

Tabela 01 – Característica da amostra

<b>1. Sexo:</b>	<b>Nº de Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Masculino	52	61,2%
Feminino	33	38,8%
<b>2. Faixa Etária:</b>	<b>Nº de Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Até 18	55	64,7%
19 a 25	19	22,4%
26 a 45	7	8,2%
Mais de 45	4	4,7%
<b>3. Estado Civil:</b>	<b>Nº de Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Solteiro (a)	68	80%
Casado (a)	17	20%
<b>4. Escolaridade:</b>	<b>Nº de Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Ensino Médio Completo	46	54,1%
Ensino Superior Completo	22	25,9%
Pós-Graduação	17	20%
<b>5. Residência:</b>	<b>Nº de Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Criciúma	48	56,5%





6. Renda Mensal:	Nº de Respondentes	Percentual (%)
Outro Município	37	43,5%
Até 1.500,00	42	49,4%
De 1.501,00 até 2.500,00	22	25,9%
Acima de 2.501,00	21	24,7%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 01, verifica-se que, dos 85 respondentes do questionário, 61,2% representam as mulheres. Na sequência, os respondentes com idade entre 19 e 25 anos, representam 64,7 % da amostra. Já, os respondentes com idade entre 26 e 45 anos representam 22,4% e com idade mais de 45 possui 8,2%. Além disso, percebe-se que a faixa etária com menor número de respondentes foi daqueles com até 18 anos, representando somente 4,7% do total. Deste modo, o estado civil predominante da pesquisa, corresponde a 80% solteiros e 20% casados. O grau de escolaridade, obteve um resultado de 54,1% com frequência universitária (ensino médio completo) e 25,9% possuem o ensino superior completo. A pós-graduação corresponde aos 20% da pesquisa.

Acerca da moradia dos 85 respondentes, nota-se que 56,5% residem em Criciúma, enquanto o restante 43,5% residem em outros municípios. Os resultados obtidos da renda mensal dos respondentes tiveram maior concentração em até 1.500,00 reais, com 49,4% do total de respondentes. Na sequência, 25,9% representa os respondentes com renda mensal de 1.501,00 até 2.500,00 e 24,7% acima de 2.501,00 reais.

2) Diante dessa questão, procurou-se identificar entre os 85 respondentes, a frequência com que costumam ir fazer refeições em restaurantes.

Gráfico 01 – Frequência em restaurantes dos respondentes



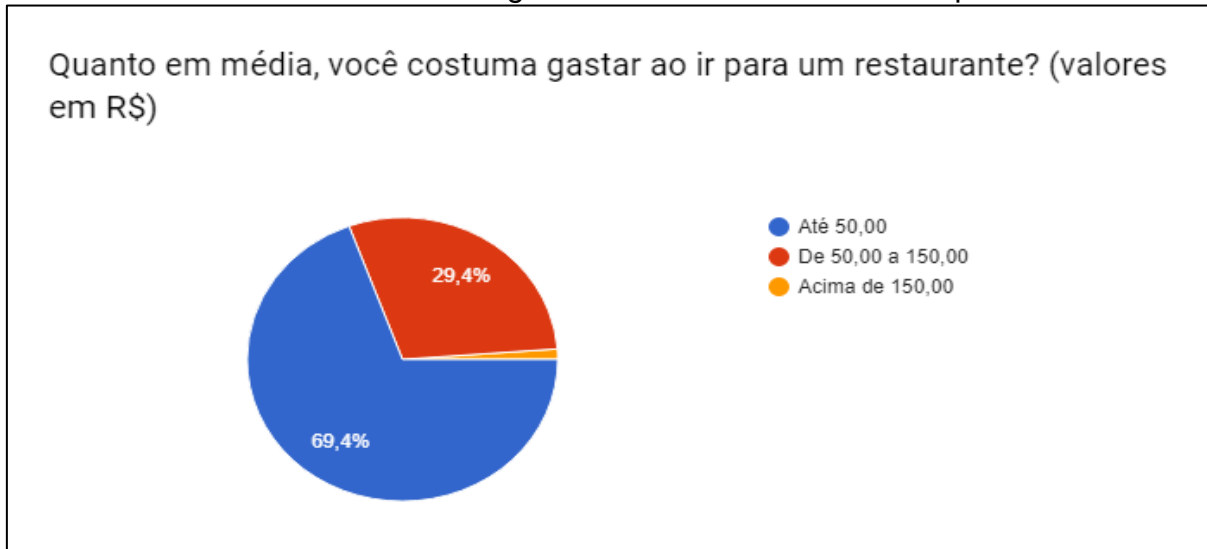
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Conforme os resultados apresentados no Gráfico 01, percebe-se que 37,6% dos respondentes frequentam os restaurantes semanalmente e 32,9% frequentam mensalmente. O restante dos respondentes, 17,6% apresentam uma frequência semestral e 11,8% com uma frequência diária.



3) A questão seguinte da pesquisa, teve a finalidade de identificar o quanto em média dos 85 respondentes, costumam gastar ao frequentarem um restaurante.

Gráfico 02 – Média gastos em restaurantes dos respondentes

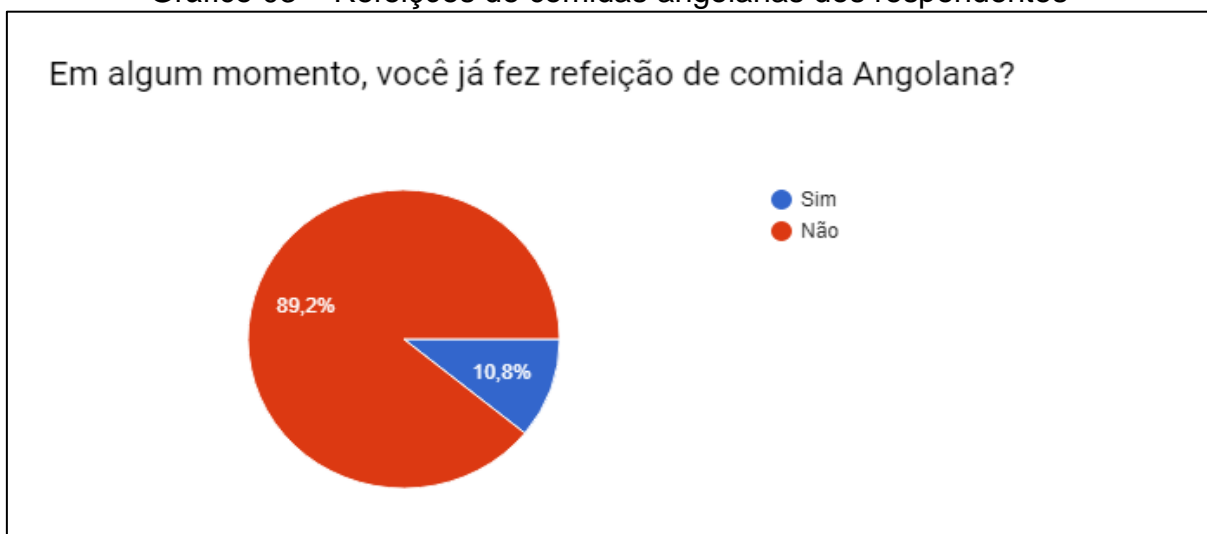


Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

De acordo com os resultados apresentados no Gráfico 02, percebe-se que a faixa de gasto médio com maior frequência dos respondentes foi de até 50,00 reais, com um percentual de 69,4%. Em segundo lugar vem a faixa de 50,00 a 150,00 com índice de gasto de 29,4% e 1,2% tem uma faixa acima de 150,00 reais de gastos médios.

4) A partir dessa questão deu-se início às questões relacionadas ao negócio em estudo. Esta questão teve como objetivo identificar dos 85 respondentes, se algum momento, já fizeram refeições de comidas típicas de Angola.

Gráfico 03 – Refeições de comidas angolanas dos respondentes



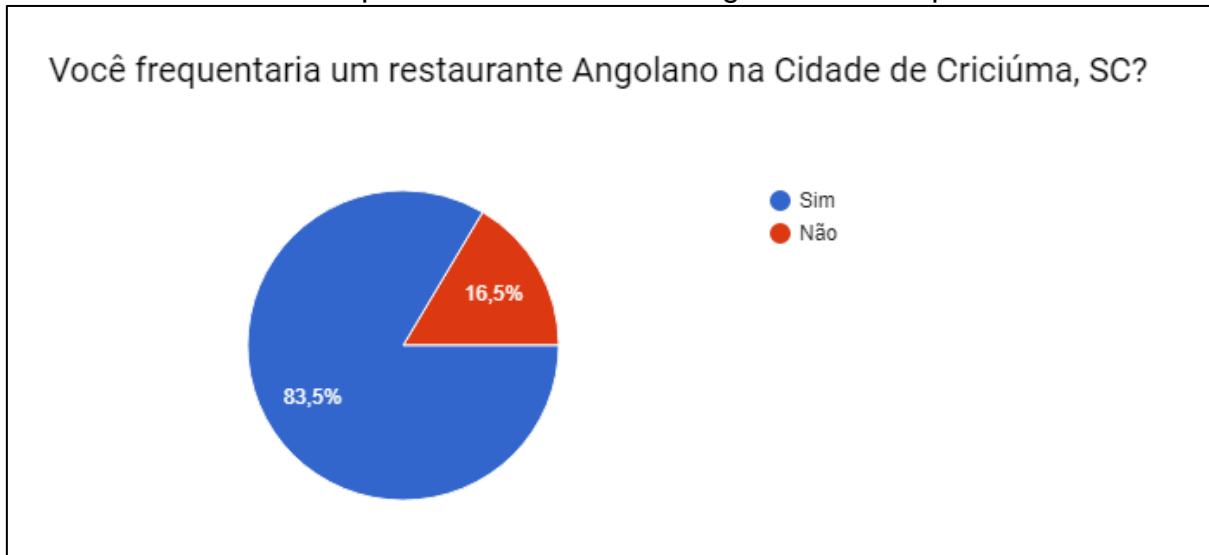
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018



Perante os resultados apresentados no Gráfico 03, nota-se que 89,2% dos respondentes não tiveram a oportunidade de provar comidas típicas de Angola e 10,8% responderam sim.

5) Sobre esta questão, procurou-se identificar dos 85 respondentes, se teriam interesse em frequentar um restaurante Angolano na cidade de Criciúma, Sc.

Gráfico 4 – Frequência no restaurante angolano dos respondentes

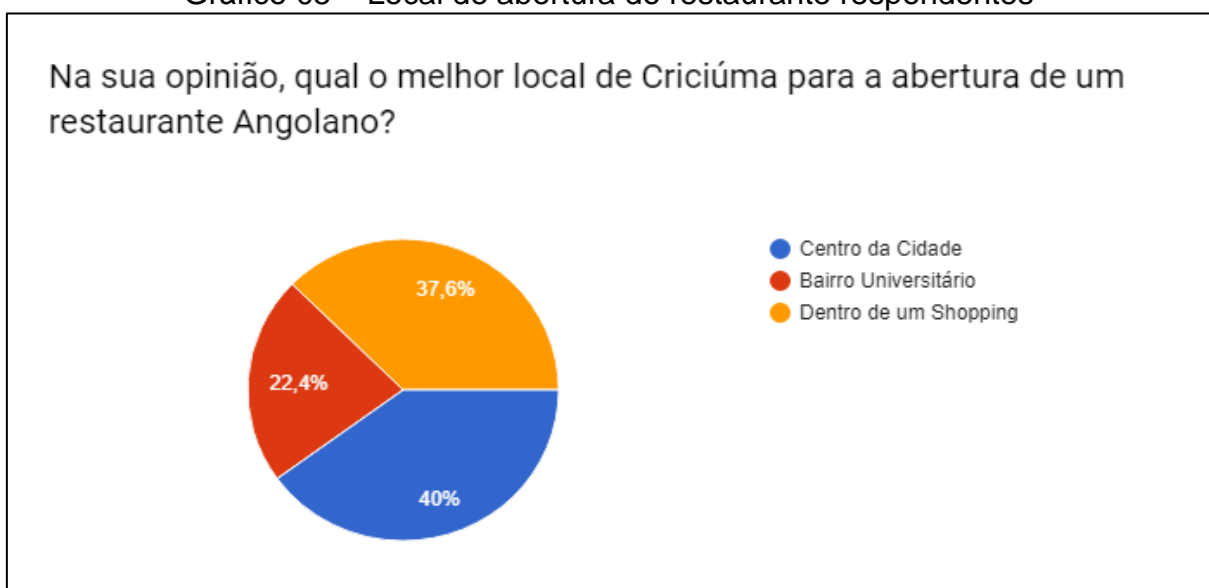


Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Segundo os resultados obtidos no Gráfico 04 da pesquisa, observa-se que o maior índice de 83,5% dos respondentes demonstrou interesse em frequentar o restaurante angolano e 16,5% corresponde aos respondentes que não frequentariam.

6) Perante essa questão da pesquisa, indaga-se o objetivo de identificar dos 85 respondentes, o melhor local de Criciúma para a abertura do empreendimento.

Gráfico 05 – Local de abertura do restaurante respondentes



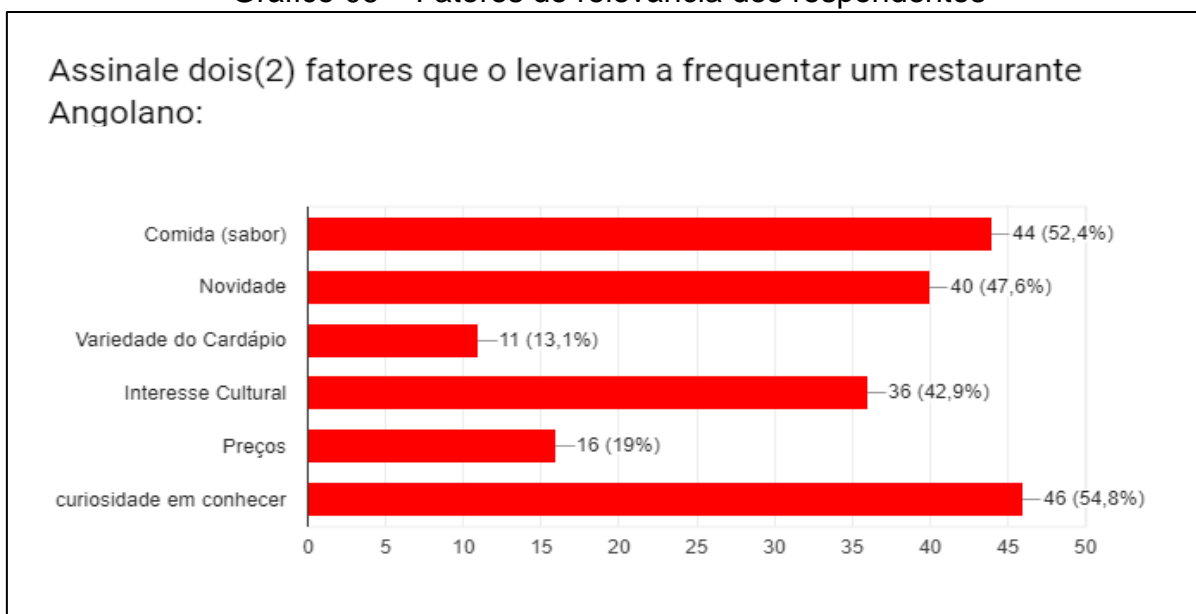
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018



Conforme os resultados apresentados no Gráfico 05, percebe-se que 40% dos respondentes apontaram que o restaurante seja aberto no Centro da cidade de Criciúma e 37,9% preferem que seja aberto dentro de um Shopping em Criciúma. O restante 22,4% corresponde aos respondentes que escolheram o Bairro Universitário para abertura do negócio.

7) Esta questão do instrumento de coleta de dados, foi formulada para identificar dois fatores ou aspectos que levariam dos 85 respondentes, a frequentarem um restaurante Angolano. Para essa questão quanto maior o percentual do fator, maior a sua relevância.

Gráfico 06 – Fatores de relevância dos respondentes



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

De acordo com os resultados apresentados no Gráfico 06, percebe-se por ordem de relevância, em primeiro lugar com um índice de 54,8%, foi o fator “curiosidade em conhecer”. O segundo fator de relevância, com 52,4% pertence a “comida (sabor)”. Em 3º lugar a “novidade”, com 47,6% e “interesse cultural” em 4º lugar, com 42,9%. Os últimos dois fatores menos relevantes foram “os preços”, com 19% e “variedade do cardápio”, com 13,1%.

8) A penúltima questão do questionário, procurou-se assinalar quatro (4) pratos que 85 respondentes teriam interesse em comer no restaurante. Nessa questão listou-se seis (6) pratos prontos típicos de Angola, onde os mesmos possuem preços tabulados e cada prato correspondia a uma porção por pessoa. Todavia, para esta questão presume-se também que, quanto maior o percentual do prato, maior a sua relevância.

Tabela 02 – Cardápio principais dos produtos

Cardápio Principais	Nº de Respondentes	Percentagem (%)
<b>CARNE DE VACA – Preço do prato pronto: R\$ 25,00</b> - Molhos de carne de vaca + funge (pirão de farinha milho e mandioca) – ingredientes Principais	42	52,5%



<b>CACHUPA – Preço do prato pronto: R\$ 20,00</b> - (feijão + frango + pé de porco + mandioca + linguiças terras + milho para cachupa) – ingredientes Principais	42	52,5%
<b>CALULU – Preço do prato pronto: R\$ 26,00</b> - Molhos de peixe/carne seca + funge (pirão de farinha milho e mandioca) – ingredientes Principais	41	51,2%
<b>MUFETE – Preço do prato pronto: R\$ 27,00</b> - (peixe/frango + feijão + batata doce + mandioca + banana + salada + Farinha Angolana) – ingredientes Principais	39	48,8%
<b>SOPA – Preço do prato pronto: R\$ 15,00</b> - (frango/pé de porco + feijão + ) – ingredientes Principais	33	41,3%
<b>PEITO ALTO – Preço do prato pronto: R\$ 26,00</b> - Molhos de galinha + funge (pirão de farinha milho e mandioca) – ingredientes Principais	32	40,1%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Perante os resultados obtidos na Tabela 02, observa-se que, 52,5% dos respondentes optaram o prato de “carne de vaca” e “cachupa” com percentagem empatada. Na sequência, 51,2% corresponde a “calulu” e 48,8% a representa a escolha pelo “mufete”. Deste modo, os produtos menos apontados pelos respondentes foram a “sopa” e “peito alto” com percentuais de 41,3% e 40,1% respectivamente.

9) A última questão da pesquisa, possui o objetivo de identificar as expectativas dos 85 respondentes em relação ao empreendimento a ser aberto. Por meio dessa questão, procurou-se intender o que as pessoas esperam do restaurante, com a finalidade de interagir com os respondentes.

Tabela 03 – Respostas dos respondentes

<b>Expectativas</b>	<b>Nº de Respondentes</b>	<b>Respostas (%)</b>
Conhecer outra cultura	33	38,8%
Comidas e temperos diferenciados	29	34,1%
Uma ideia inovadora	23	27,1%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Consoante os resultados apresentados na Tabela 03, nota-se que, 38,8% dos respondentes apresentaram expectativas em “conhecer outra cultura” e 34,1% a “comidas e temperos diferenciados”. O restante 21,1% respondeu “uma ideia inovadora”.

#### **4. 2 PLANO FINANCEIRO**

O Plano financeiro do estudo, teve como base de embasamento o autor Dornelas (2013). Deste modo, com o intuito de se fazer a análise financeira do empreendimento, foram observados os cenários otimista, realista e pessimista, para se verificar melhor as possibilidades de viabilidade do negócio.

Os investimentos iniciais apresentam todo o capital empregado para se iniciar e viabilizar o negócio para sua sustentabilidade financeira. Dentre estes gastos, estão



inclusos os investimentos na infraestrutura, despesas pré-operacionais e o capital de giro. Neste âmbito, primeiramente são apresentadas as despesas pré-operacionais, conforme a seguinte tabela 4:

Tabela 04 – Despesas pré-operacionais

<b>Despesas pré-operacionais</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Registro da Marca e empresa	497,00
Criação da marca e identidade visual	3.350,00
Honorários de Publicidade	360,00
Marketing de Lançamento da empresa	3.020,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.227,00</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

De acordo com a Tabela 04, pode-se verificar que o total das despesas pré-operacionais do empreendimento é de R\$ 7.227,00.

Na sequência temos os investimentos físicos, que por sua vez, possuem toda a estrutura física necessária para montagem do restaurante, composta por equipamentos, maquinas, utensílios, moveis e todo material físico. Detalhamento dos itens que compõem cada um, encontra-se disponível no apêndice I da pesquisa.

Tabela 05 – Investimentos na infraestrutura

<b>Investimentos na infraestrutura</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Microcomputadores	7.199,00
Reformas	15.300,00
Decoração do Interior	9.705,00
Móveis e Utensílios	14.204,84
Maquinas e Equipamentos	15.097,36
<b>TOTAL</b>	<b>61.506,20</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Conforme a Tabela 05, percebe-se que o item reformas do negócio contém um valor de R\$ 15.300,00 e sendo este o maior. Deste modo, este valor foi adicionado aos outros itens da tabela, que somaram um total de R\$ 61.506,20.

A Tabela 06 mostra toda a estrutura de pessoal necessária para o restaurante, bem como os encargos decorrentes da folha de pagamento. Devido ao horário de atendimento, será necessária a contratação de quatro (4) funcionários, sendo que, estes poderão trabalhar de terça à domingo, somando assim 24 dias de trabalho durante o mês. O proprietário também trabalhará na gestão do estabelecimento, mas receberá na forma de pró-labore. Para o estudo estipulou-se 2,5% de encargos proveniente do salário de cada funcionário.

Tabela 06 – Pessoal

<b>Custo de Mão-de- obra e Encargos</b>					
Função	Salário (R\$)	Quant.	Valor (R\$)	Acréscimos de Encargos (%)	Encargos e Salários (R\$)
Chefe de cozinha	1.693,72	1	1.693,72	8,0	1.829,22
Auxiliar de cozinha	1.260,00	1	1.260,00	8,0	1.360,80
Atendente/garçom	1.200,00	1	1.200,00	8,0	1.296,00



Serviços gerais	800,00	1	800,00	8,0	864,00
<b>Total</b>	<b>–</b>	<b>4</b>	<b>4.953,72</b>	<b>–</b>	<b>5.350,02</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Em conformidade com os resultados da Tabela 06, aponta-se um total de salários de R\$ 4.953,72 e aplicado sobre ele os 8% de encargos para cada funcionário, tem-se um total R\$ 5.350,02 de salários e encargos.

A seguir, temos os valores referentes ao capital de giro, que é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva do empreendimento. Ressalta-se que nem todos estes possuem uma relação direta com a produção, sendo que alguns oscilarão para mais ou para menos, porém continuam sendo custos fixos do estabelecimento.

Tabela 07 – Capital de giro

<b>Capital de Giro (Custos fixos)</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Seguro	160,00
Depreciação	1.258,11
Aluguel	3.500,00
Materiais de Expediente	360,00
Manutenção	550,00
Honorários Contábeis	560,00
Publicidade	500,00
Estoque de Alimentos e Bebidas	6.850,00
Água	180,00
Telefone e internet	185,00
Energia elétrica	201,00
Salários e encargos sociais	5.350,02
Pró-Labore	1.550,00
Taxas (Alvará, Sindicato, Iptu e afins)	550,00
Reserva de caixa	2.550,00
<b>TOTAL</b>	<b>24.713,13</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Segundo os resultados orçados na Tabela 07, destaca-se que o valor de estoque iniciais obteve R\$ 6.850,00 e somado aos outros componentes obteve-se um total de R\$ 24.713,13. Assim, o capital de giro destina-se à viabilização das compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos e taxas, honorários do contador, despesas com vendas, financiamento de vendas a curto, médio e longo prazo, por fim, o capital de giro de estoques. Diante disto, o investimento inicial total pode ser representado por meio da tabela 08, a seguir:

Tabela 08 – Investimento Inicial Total

<b>Investimento Inicial Total</b>	<b>Valor (R\$)</b>
1. Despesas pré-operacionais	7.227,00
2. Investimentos na infraestrutura	61.506,20
3. Subtotal (1+2)	68.733,20
4. Capital de Giro (Custos fixos)	24.713,13



**TOTAL (3+4)**

**93.446,33**

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

De acordo com os valores obtidos na Tabela 08, somando as despesas pré-operacionais, investimentos na infraestrutura e capital de giro apresentados, obteve-se um valor inicial total do empreendimento de R\$ 93.446,33. Portanto, este será o valor necessário para abertura do restaurante, cabendo apenas a obtenção de um investidor ou recursos próprios do proprietário para se aplicar na empresa.

Na sequência, inicia-se o estudo da projeção da receita bruta de vendas, que na qual, precisou da construção do mark up por cada prato que o empreendimento pretende oferecer. Assim, a composição do mark up, considerou os impostos sobre venda, os custos fixos e a margem de lucro desejada.

Tabela 08 – Composição do Mark Up dos Produtos

MARK UP	PRATOS					
	Carne de vaca	Cachupa	Calulu de Carne Seca/Peixa	Mufete	Sopa de feijão	Peito Alto
Impostos sobre Vendas (%)	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5
Capital de Giro (Custo Fixo) (%)	24,9	24,9	24,9	24,9	24,9	24,9
Margem de Lucro desejada (%)	31,3	32,9	25,0	38,0	30,7	37,0
<b>Total (%)</b>	<b>63,7</b>	<b>65,2</b>	<b>57,4</b>	<b>70,4</b>	<b>63,1</b>	<b>69,4</b>
<b>Mark up</b>	<b>0,363</b>	<b>0,348</b>	<b>0,426</b>	<b>0,296</b>	<b>0,369</b>	<b>0,306</b>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Conforme os valores da Tabela 08, pode-se ver que o mark up do “prato Calulu” obteve um resultado de 0,43%, sendo este o maior em relação aos outros pratos, que se pretende oferecer.

Após a composição do mark up, segue a estimativa de vendas do empreendimento, que foi composta pela capacidade máxima de vendas e o seu custo unitário, com a finalidade de se calcular o custo das mercadorias vendidas/ serviços (CMV). Levando em conta o mark up obtido e o preço de venda unitário, foi apurado a receita de vendas bruta diária, mensal e anual prevista pela empresa, que fica da seguinte forma:

Tabela 09 – Estimativa de Vendas (Capacidade Máxima)

Produtos	Qtd (Peças)	Custo Un. (R\$)	CMV (R\$)	Mark Up divisor (%)	Preço Un. (R\$)	R. B. V Diária Prevista (R\$)	R. B.V Mensal Prevista (R\$)	R. B. V Anual Prevista (R\$)
Carne de vaca	28	9,09	254,52	0,363	25,03	700,96	21.028,92	252.347,01
Cachupa	27	6,96	187,92	0,348	20,02	540,62	16.218,64	194.623,71
Calulu	24	11,11	266,64	0,426	26,07	625,77	18.773,06	225.276,70
Mufete	20	8,20	160,00	0,296	27,02	540,36	16.210,74	194.528,88
Sopa	18	5,54	99,72	0,369	15,01	270,17	8.105,12	97.261,45
Peito alto	21	8,27	173,67	0,306	27,02	567,36	17.020,91	204.250,90





<b>TOTAL</b>	<b>138</b>		<b>1.126,31</b>			<b>3.245,25</b>	<b>97.357,39</b>	<b>1.168.288,63</b>
Valor Médio		8,16	34,7%		23,36			

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Diante dos resultados apresentados na Tabela 08, constata-se que o CMV, obteve um total de R\$ 1.126,31 e um valor médio de 34,71%, sendo que a capacidade máxima de venda foi de 138 peças. Deste modo, a receita bruta de vendas total mensal prevista foi de R\$ 97.357,39 e anual R\$ 1.168.288,63.

A seguir, tem-se a projeção da receita de vendas, que foi analisado por cenário otimista, realista e pessimista, e seus percentuais desejados de 70%, 50% e 30% respectivamente. Deste modo, para o cálculo da receita diária, mensal e anual, foram destacados a quantidade máxima dos pratos, que sobre ele foi aplicado os percentuais da alíquota da empresa para se obter quantidade de pratos por dia.

**Tabela 10 – Projeção de Receita de Vendas (Cenários pelo Preço Médio)**

Cenário	%	Quantidade (Prato)	Pratos por dia (Qtd)	Preço médio (R\$)	Receita Diária (R\$)	Receita Mensal (R\$)	Receita Anual (R\$)
Otimista	70%	138	97	23,36	2.256,83	67.704,93	812.459,10
Realista	50%	138	69	23,36	1.612,02	48.360,66	580.327,93
Pessimista	30%	138	41	23,36	967,21	29.016,40	348.196,76

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Analisando os resultados obtidos na Tabela 10, observa-se que o cenário realista com 50%, obteve uma quantidade de pratos por dia de 69 e 97 para otimista. A receita bruta diária realista foi R\$ 1.612,02 e R\$ 2.256,83 para otimista, que por sua vez, obteve uma receita mensal realista de R\$ 48.360,66 e anual de R\$ 580.327,93.

Na sequência, segue a faixa da alíquota do simples nacional no que concerne a receita bruta de vendas do empreendimento, demonstrada em cenários supracitado.

**Tabela 11 – Alíquota do Simples Nacional em relação à Receita Bruta de Vendas**

Cenário	%	Receita Bruta		Alíquota	Valor Anual
Otimista	70%	R\$ 720.000,01	R\$ 900.000,00	7,60%	R\$ 61.746,89
Realista	50%	R\$ 540.000,01	R\$ 720.000,00	7,54%	R\$43.756,73
Pessimista	30%	R\$ 180.000,01	R\$ 360.000,00	5,47%	R\$19.046,36

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 11, verifica-se que o cenário otimista ficou na faixa de 7,60%, realista 7,54% e pessimista 5,47%.

Diante dos resultados da faixa da alíquota dos simples do empreendimento, contata-se o Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE), nos cenários pessimista, realista e otimista. Nesse sentido, a representação do DRE, tem o objetivo de estimar a margem de contribuição, que será utilizada para o cálculo do ponto de equilíbrio e identificar o resultado econômico obtido.



Tabela 12 – Demonstrativo do Resultado do Exercício (anual)

DRE ANUAL	Cenário Otimista (70%)	Cenário Realista (50%)	Cenário Pessimista (30%)
Receita de Vendas	R\$ 812.459,10	R\$ 580.327,93	R\$ 348.196,76
(-) Alíquota do Simples Nacional	R\$ 61.746,89	R\$ 43.756,73	R\$ 19.046,36
(=) Receita Líquida	R\$ 750.712,21	R\$ 536.571,21	R\$ 329.150,40
(-) CMV (Custo)	R\$ 281.975,78	R\$ 201.411,27	R\$ 120.846,76
(=) Margem de Contribuição (R\$)	R\$ 468.736,44	R\$ 335.159,94	R\$ 208.303,64
(=) Margem de Contribuição (%)	62,4	62,5	63,3
(-) Despesa Operacionais (CG)	R\$ 296.557,57	R\$ 296.557,57	R\$ 296.557,57
(=) Lucro Operacional Bruto	R\$ 172.178,87	R\$ 38.602,37	- R\$ 88.253,94
(-) IR e CSLL (%)	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) Lucro Líquido do Exercício	R\$ 172.178,87	R\$ 38.602,37	- R\$ 88.253,94
(=) Lucro Líquido do Exercício (%)	22,9	7,2	- 26,8

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Observa-se, na Tabela 12, um lucro anual estimado de R\$ 172.178,87, no cenário otimista, enquanto o cenário realista obteve R\$ 38.602,37. Já o cenário pessimista, não teve lucro, porém um prejuízo estimado de - R\$ 88.253,94.

De modo a se verificar a viabilidade econômica e financeira do negócio, apresenta-se a utilização dos indicadores de lucratividade, rentabilidade, ponto de equilíbrio (PE) e o prazo de retorno do investimento (payback), analisados também nos cenários supramencionado.

Quadro 01 – Lucratividade

Lucro Líquido Anual	
Lucratividade =	$\frac{\text{Lucro Líquido Anual}}{\text{Receita Operacional Bruta Anual}} \times 100$
Cenários	%
Lucratividade Otimista	21,19
Lucratividade Realista	6,65

Para cada R\$ 100,00 em vendas, a empresa obterá de lucro --> 21,19% e 6,65%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Conforme o quadro 01, apresenta o resultado feito sobre o cálculo da lucratividade anual, que obteve um percentual de 21,19% para o cenário otimista e 6,65% para o realista.

Quadro 01 – Rentabilidade



<b>Lucro Líquido Anual / 12 meses</b>	
<b>Rentabilidade =</b>	<b>X 100</b>
<b>Investimento Total</b>	
<b>Cenários</b>	<b>%</b>
<b>Rentabilidade Otimista</b>	<b>15,4%</b>
<b>Rentabilidade Realista</b>	<b>3,4%</b>

O capital investido retornará a uma taxa de --> 15,4% e 3,4%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Perante o quadro 02, verifica-se um resultado de rentabilidade mensal de 15,4% para o otimista e 3,4% realista.

Neste âmbito, para se chegar no ponto em que não exista prejuízo ou lucro, demonstra-se a seguir o cálculo do PE para o empreendimento proposto:

Quadro 01 – Ponto de Equilíbrio

<b>Custos Fixos</b>	
<b>PE =</b>	<b>Margem de Contribuição mensal</b>
<b>Cenários</b>	<b>Pratos</b>
<b>Ponto de Equilíb. Otimista</b>	<b>4.749,6</b>
<b>Ponto de Equilib. Realista</b>	<b>4.747,7</b>

A empresa irá atingir seu PE quando vender --> 4.749,6 e 4.747,7 pratos

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

Entretanto, conforme o quadro 01, verifica-se que o empreendimento obteve um resultado de PE de 4.747,7 pratos no cenário realista.

Na sequência, apresenta-se o indicador *payback*, que permite visualizar o prazo de retorno do capital investido da empresa. Para este cálculo, são utilizados o lucro líquido mensal e o total do investimento obtido. Em virtude do resultado de prejuízo apontado pela DRE anteriormente, exclui-se desta análise o cenário pessimista. Desse modo, demonstra-se da seguinte forma:

Quadro 02 - *Payback*: prazo de retorno sobre o investimento

<b>Investimento Total</b>	
<b>Payback =</b>	<b>(Lucro Líquido Anual /12 meses)</b>
<b>Cenários</b>	<b>meses</b>
<b>Payback Otimista</b>	<b>6,51</b>
<b>Payback Realista</b>	<b>29,05</b>

Prazo para retorno do investimento em meses --> ≅ 7 e 29 meses

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018



Diante dos cálculos efetuados no Quadro 02, observa-se que o prazo de retorno para o investimento ou *payback* foi de aproximadamente 7 meses para o cenário otimista, 29 meses para o cenário realista.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão do presente estudo inicia pelo resgate do objetivo geral, que consistia em avaliar a viabilidade econômico e financeiro para abertura de um restaurante Angolano na cidade de Criciúma, Santa Catarina, abordando aspectos mercadológicos, aspectos técnicos e aspectos financeiros inerentes ao empreendimento. Para isto, delinear-se os objetivos específicos que, respondidos um a um, possibilitando assim o êxito do item final da pesquisa. Além disso, realizou-se a pesquisa de campo, que procurou identificar a demanda de possíveis clientes residentes na cidade de Criciúma e regiões, que frequentam os cursos de ciências contábeis, administração e economia da UNESC. Neste âmbito, constatou-se que o negócio proposto é promissor, observados na aceitação recebida pelos respondentes da pesquisa, onde 83,5% destes responderam que frequentariam o empreendimento.

O plano financeiro, buscou atingir um dos objetivos específicos do trabalho. Para tal, apuraram-se os investimentos em estrutura física, além dos custos fixos e do capital de giro necessários para a abertura do restaurante angolano, cuja obteve um investimento total no valor de R\$ 93.446,33. Deste modo, a análise dos demonstrativos financeiros foi apresentada em três cenários diferentes, sendo estes otimista, realista e pessimista, cujos resultados variaram significativamente para cada cenário. O cenário otimista apresentou um DRE com um lucro líquido anual de R\$ 172.178,87. Deste modo, obteve uma lucratividade anual de 6,7% e 3,4% de rentabilidade mensal no cenário realista, sendo que o *payback* foi de aproximadamente 7 meses e um PE de 4.749,6 pratos. Assim, afirma-se que a abertura do empreendimento neste cenário é considerada viável. No cenário realista, o lucro líquido anual obtido no DRE, apresentou um valor de R\$ 38.602,37, sendo que o ponto de equilíbrio variou para 4.747,7 pratos, no caso quanto menor, melhor o resultado e um *payback* de 29 meses, que se considera também um resultado viável para este cenário. E por fim, o cenário pessimista, teve um prejuízo no valor - R\$ 88.253,94, que se considera, um resultado **inviável**.

Entretanto, diante da análise do mercado e os resultados dos indicadores econômicos demonstrados no plano financeiro do negócio, conclui-se que o estudo em questão, para abertura de um restaurante angolano, mostrou-se economicamente viável, destacando-se vagamente no cenário realista, o qual acredita-se que seja o cenário mais próximo do desempenho que a empresa pode obter nos seus primeiros anos de vida.

### 5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O presente estudo limita-se diretamente ao seu tema e seus objetivos, observada a sua extensão insuficiente no seu local de pesquisa e um prazo de aplicação, no período de 01 de agosto a 19 de novembro do corrente ano. Perante as limitações do tema, buscou detectar a viabilidade econômico e financeiro de um negócio, sendo este uma parte de um plano de negócios, e por fim, dificuldades em obter informações sobre abertura de restaurantes angolanos ou africanos no exterior.



## 5.2 PROPOSIÇÕES FUTURAS

Neste âmbito, recomenda-se para estudos futuros, primeiramente a estruturação do plano de negócios para este estudo e estudos na mesma linha pesquisa, concentrados em empreendedorismo e plano de negócios indagados no ramo alimentício africano.



## REFERÊNCIAS

BARON, Robert A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson, 2007. 443 p. ISBN 8522105332.

Bizzotto, C. Eduardo Negrão. **Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores**. São Paulo: Atlas, 2008.

CAMLOFFSKI, Rodrigo. **Análise de Investimentos e Viabilidade Financeira das Empresas**. São Paulo. Atlas, 2014.

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Projeto de negócio**: estratégias e estudos de viabilidade. São Paulo: Atlas, 2002.

CASTRO, Cláudio de Moura. **A prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática. 5. ed. São Paulo: Manole, 2014. 469 p. ISBN 9788520436714.

CECCONELLO, António Renato; AJZENTAL, Alberto. **A Construção do Plano de Negócios**: Percurso metodológico para caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados, análise de viabilidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

CUSACK, Igor. **Cookery Books and Celebrity Chefs, Food, Culture & Society**. 80 p. Artigo (pesquisador independente) - Universidade de Birmingham, Reino Unido. 2014. Volume 17. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2752/175174414X13828682779168>>. Acesso em: 02 out. 2018.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 2. ed. atual. São Paulo: Cultura, 2006. 301 p. ISBN 9788529301020.

DOLABELA, Fernando. **A ponte mágica**: como Luísa, aos 11 anos, cria sua primeira empresa para realizar seu sonho. Rio de Janeiro: Sextante, 2009. 175 p. ISBN 9788575424742.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de negócios**: exemplos práticos. 1 ed. Rio de Janeiro: Elseiver, 2013.



DORNELAS, José Carlos Assis; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século XXI. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Elsevier, 2014. 458 p. ISBN 9788535264586

FONSECA, Marcelo Traldi. **Tecnologias gerenciais de restaurantes**. 7. Ed. São Paulo. Senac, 2014. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=u95VDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=restaurantes+de+especialidades&ots=nVWZp3PoAO&sig=4UQMB\\_G\\_gc7xKWopECaeDqC77wE#v=onepage&q=restaurantes%20de%20especialidades&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=u95VDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=restaurantes+de+especialidades&ots=nVWZp3PoAO&sig=4UQMB_G_gc7xKWopECaeDqC77wE#v=onepage&q=restaurantes%20de%20especialidades&f=false)>. Acesso em: 05.out.2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p. ISBN 9788522431694.

LENZI, Fernando César. **A nova geração de empreendedores**. São Paulo: Atlas, 2009.

LENZI, F. C.; KIESEL, M. D.; ZUCCO, F. D. **Ação empreendedora**: como desenvolver e administrar o seu negócio com excelência. São Paulo: Editora Gente, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Administração de processos**: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2006. xv, 291p. ISBN 8522441871.

MARIANO, Fabrício. **Administração pública**: um roteiro para concursos: teoria e exercícios. Brasília, DF: Vestcon, 2007. 236 p. ISBN 9788574008707.

MARTINS, Eliseu; et al. **Manual de contabilidade societária**: aplicável a todas as sociedades. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 888 p. ISBN 9788522477173.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 6. ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2005. v. 1 ISBN 8522439664.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Administração de Projetos**: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2006.

PORTAL São Francisco. **Culinária Angolana**. 2016. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/culinaria/culinaria-angolana>>. Acesso em Dez. 2018.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999. 334p. ISBN 8522421110

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: 2013. Disponível em: <[http://www.sebraesp.com.br/arquivos\\_site/biblioteca/guias\\_cartilhas/Como\\_elaborar\\_um\\_plano\\_de\\_negocios.pdf](http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/guias_cartilhas/Como_elaborar_um_plano_de_negocios.pdf)>. Acesso em 05 Outubro 2018.



SANTOS, E. A; SILVA, C. E. Os modelos de plano de negócios e sua relevância para sustentabilidade das micro e pequenas empresas. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.3, n.1, p.3762, 2012. Disponível em: <<http://www.arvore.org.br/seer/index.php/rbadm/article/viewPDFInterstitial/ESS179684X.2012.001.0003/156>>. Acesso em: 05 out. 2018.

SANVICENTE, Antônio Zoratto; SANTOS, Celso da Costa. **Orçamento na administração de empresas: planejamento e controle**. São Paulo: Atlas, 2009. 219 p. ISBN 9788522416264

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Apresenta informações sobre orientação financeira de novas empresas**. 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/>>. Acesso em 15 out. 2018.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses**. São Paulo: Atlas, 2003. 181 p. ISBN 8522434425.



## ANEXOS I

### 1. CUSTO DIRETO DE PRODUÇÃO DOS PRATOS

Produto:		CARNE DE VACA				
Ingredientes		Consumo		Compras	Total do Custo	Observação
		Qtde	Uni	Preço Unitário		
1	Carne de Vaca	0,12	kg	20,99	2,52	
2	Cebola	0,02	kg	1,99	0,04	
3	Sal	0,01	gr	2,98	0,03	
4	Alho	0,01	kg	15,99	0,16	
5	Agua	2,00	l	2,30	4,60	
6	Tomate	0,04	kg	6,99	0,28	
7	Oléo de soja	0,03	l	2,11	0,05	
8	Extrato de Tomate	0,02	kg	4,25	0,09	
9	Verdinhos (a gosto)	0,06	kg	3,25	0,20	Acompanhante
10	Outros (vinagre e temperos)	0,01	kg/l	2,99	0,03	
<b>FUNGE (Pirãozinho)</b>						
11	Fuba de milho	0,10	kg	3,98	0,40	Acompanhante
12	fuba de mandioca	0,15	kg	4,65	0,70	Acompanhante
<b>Total</b>					<b>9,09</b>	

Fonte: elaborado pelo autor, 2018

Produto:		PEITO ALTO				
Ingredientes		Consumo		Compras	Total do Custo	Observação
		Qtde	Uni	Preço Unitário		
1	Peito alto	0,11	kg	12,48	1,37	
2	Cebola	0,02	kg	1,99	0,04	
3	Sal	0,01	gr	2,98	0,03	
4	Alho	0,01	kg	15,99	0,16	
5	Agua	2,00	l	2,30	4,60	
6	Tomate	0,03	kg	6,99	0,21	
7	Oléo de soja	0,02	l	2,11	0,04	
8	Quiabos	0,08	kg	6,65	0,53	
9	Verdinhos (a gosto)	0,06	kg	3,25	0,20	Acompanhante
10	Outros (vinagre e temperos)	0,01	kg/l	2,99	0,03	
<b>FUNGE (Pirãozinho)</b>						
11	Fuba de milho	0,09	kg	3,98	0,36	Acompanhante
12	fuba de mandioca	0,15	kg	4,65	0,70	Acompanhante
<b>Total</b>					<b>8,27</b>	

Fonte: elaborado pelo autor, 2018



Produto:		CALULU DE CARNE SECA/PEIXE				
Ingredientes		Consumo		Compras	Total do Custo	Observação
		Qtde	Uni	Preço Unitário		
1	Carne de seca	0,08	kg	31,40	2,51	apenas um p/ cada prato
2	Peixe	0,10	kg	17,90	1,79	
3	Cebola	0,02	kg	1,99	0,04	
4	Sal	0,01	gr	2,45	0,02	
5	Alho	0,01	kg	15,99	0,22	
6	Agua	2,00	l	2,30	4,60	
7	Tomate	0,03	kg	6,99	0,21	
8	Óleo de dendé	0,03	l	4,25	0,13	
9	Quiabos	0,06	kg	6,65	0,40	
10	Folhas de batata doce ou espinafres	0,05	kg	1,25	0,06	
11	Outros (vinagre e temperos)	0,01	kg/l	2,99	0,03	
<b>FUNGE (Pirãozinho)</b>						
12	Farinha de milho	0,10	kg	3,98	0,40	Acompanhante
13	Farinha de mandioca	0,15	kg	4,65	0,70	Acompanhante
<b>Total</b>					<b>11,11</b>	

Fonte: elaborado pelo autor, 2018

Produto:		MUFETE				
Ingredientes		Consumo		Compras	Total do Custo	Observação
		Qtde	Uni	Preço Unitário		
1	Feijão	0,07	kg	6,99	0,49	
2	Peixe	0,20	kg	21,90	4,38	
3	Cebola	0,02	kg	1,99	0,04	
4	Sal	0,02	gr	2,45	0,05	
5	Alho	0,02	kg	15,99	0,32	
6	Agua	1,00	l	2,30	2,30	
7	Tomate verde	0,09	kg	6,99	0,63	
8	Batata doce	0,12	kg	2,99	0,36	
9	Óleo de dendé	0,07	l	4,25	0,30	
10	Banana Terra	0,14	kg	6,99	0,98	
11	Mandioca	0,18	kg	2,58	0,46	
12	Azeite	0,05	l	19,90	1,00	
13	Farinha de pau ou Farofa	0,06	kg	5,88	0,35	
14	Outros (vinagre e temperos)	0,01	kg/l	2,99	0,03	
<b>Total</b>					<b>11,68</b>	

Fonte: elaborado pelo autor, 2018



Produto:		CACHUPA				
Ingredientes		Consumo		Compras	Total do Custo	Observação
		Qtde	Uni	Preço Unitário		
1	Feijão bolinha	0,06	kg	7,25	0,44	
2	Frango	0,05	kg	8,25	0,41	
3	Milho	0,04	kg	2,99	0,12	
4	Pé de Porco	0,04	kg	6,28	0,25	
5	Carne Suina Salgada	0,05	kg	19,98	1,00	
6	Linguiça Terra	0,02	kg	7,25	0,15	
7	Chouriço (Salame médio)	0,03	kg	8,90	0,27	
8	Toucinho	0,03	kg	12,75	0,38	
9	Mandioca	0,09	kg	2,58	0,23	
10	Batata doce	0,07	kg	2,99	0,21	
11	Cebola	0,02	kg	1,99	0,04	
12	Alho	0,01	kg	15,99	0,16	
13	Sal	0,01	gr	2,45	0,02	
14	Água	1,00	l	2,30	2,30	
16	Banana Terra	0,08	kg	6,99	0,56	
17	Pimentão Verde	0,02	kg	4,99	0,10	
18	Azeite	0,01	l	19,90	0,20	
19	Repolho	0,05	kg	1,99	0,10	
20	Outros (vinagre e temperos)	0,01	kg/l	2,99	0,03	
<b>Total</b>					<b>6,96</b>	

Fonte: elaborado pelo autor, 2018

Produto:		SOPA DE FEIJÃO				
Ingredientes		Consumo		Compras	Total do Custo	Observação
		Qtde	Uni	Preço Unitário		
1	Feijão vermelho	0,10	kg	8,50	0,85	
2	macarrão espaguete	0,05	kg	3,18	0,16	
3	Pé de Porco	0,04	kg	6,28	0,25	
4	Costela de porco	0,05	kg	10,90	0,55	
5	Cebola	0,02	kg	1,99	0,04	
6	Sal	0,02	gr	2,45	0,05	
7	Alho	0,01	kg	15,99	0,22	
8	Água	1,00	l	2,30	2,30	
9	Tomate	0,03	kg	6,99	0,21	
10	Óleo de dendé	0,03	l	4,25	0,13	
11	Verdinhos ( couve ou repolho)	0,03	kg	3,50	0,11	
12	Fatias pequenas de pão alentejano	0,02	kg	9,90	0,20	
13	Azeite	0,02	l	19,90	0,40	
14	Pimentão Verde	0,01	kg	4,99	0,05	
15	Outros (vinagre e temperos)	0,01	kg/l	2,99	0,03	
<b>Total</b>					<b>5,54</b>	

Fonte: elaborado pelo autor, 2018



## 2. DETALHAMENTO DOS ITENS DO INVESTIMENTO NA ESTRUTURA

Investimentos Fixos	Quantidade	Descrição	Preço Unitário	Valor (R\$)
<b>Microcomputadores</b>				<b>7.199,00</b>
Computador	2	Hp Compaq Prodesk 6200 Pro Fino Computador De Mesa	2.450,00	4.900,00
Sistema de som	1	Sistema Som Ambiente 4 Caixas Jbl Potência 550 Watts Rms	2.299,00	2.299,00
<b>Reformas</b>				<b>15.300,00</b>
Gastos com reformas	1	Gastos, incluímos a reforma do local e a compra do material necessário para a realização das reformas.	7.800,00	7.800,00
Custo com empresa reformista	1	Contratação de prestação de serviços com empresa de construção civil para reformar	7.500,00	7.500,00
<b>Decoração interior</b>				<b>9.705,00</b>
Designer de interior	1	Profissional de designer de Interior corporativo	2.855,00	2.855,00
Materiais de decoração interna	1	Variados materiais de decoração interna da empresa e afins.	6.850,00	6.850,00
<b>Móveis e Utensílios</b>				<b>14.204,84</b>
Mesas e Cadeiras	31	Conjunto Mesa Bar 70x70 4 Cadeiras Dobraveis Restaurantes	240,00	7.440,00
Utensílios de mesa	1	Variados utensílios de mesa	2.400,00	2.400,00
Utensílios de cozinha	1	Variados utensílios de cozinha	3.715,04	3.715,04
Diversos materiais de Escritório	1	Materiais de escritório, como papel A4, caneta, lapis, caderno de apontamento, marcadores e afins	250,00	250,00
Cadeiras de Escritório	2	Cadeira de Escritório Giratória Travel Max - UM5H	199,90	399,80
<b>Máquinas e Equipamentos</b>				<b>15.097,36</b>
Forno micro-ondas	1	Micro-ondas Philco PME25 25 Litros Prata e Espelhado - 110v	395,90	395,90
Geladeira	1	Refrigerador Consul Frost Free CRM43NK com 2 Portas Inox	2.209,00	2.209,00
Fogão industrial	1	Fogão Industrial 6 Bocas À Gás Com Forno Bravo Br6bf Venâncio	1.782,90	1.782,90
Chapa a gás	1	Chapa Churrasqueira Profissional A Gás 100cm 3 Queimadores	1.030,30	1.030,30
Exaustor de cozinha (coifa)	1	Coifa de Parede Philco Inox 90cm com Vidro Curvo - Dupla Função 3 Velocidades Glass	788,41	788,41
Processador de alimentos	1	Multiprocessador Slice Pro Tramontina 69020011 - 127V	2.693,00	2.693,00
Fritadeira	1	Fritadeira Elétrica Airfryer Philips Walita	999,85	999,85
Expositor bebidas	1	Expositor Refrigerado 3 Portas Auto Serviço - Klima	5.198,00	5.198,00
<b>TOTAL</b>				<b>61.506,20</b>

Fonte: elaborado pelo autor, 2018



## APÊNDICE I

### QUESTIONÁRIO

**1. Sexo:**

- a) ( ) Masculino                      b) ( ) Feminino

**2. Faixa Etária:**

- a) ( ) Até 18                              b) ( ) 19 a 25                              b) ( ) 26 a 45  
c) ( ) Mais de 45

**3. Estado Civil:**

- a) ( ) Solteiro(a)                              b) ( ) Casado(a)

**3. Escolaridade:**

- a) ( ) Ensino Médio Completo                              b) ( ) Ensino Superior Completo  
c) ( ) Pós-graduação

**4. Residência:**

- a) ( ) Criciúma    b) ( ) Outra Localidade

**5. Renda Mensal:**

- a) ( ) Até 1.500,00    b) ( ) de 1501,00 até 2500                              c) ( ) Acima de 2501,00

**6. Com qual frequência você faz refeições em restaurantes?**

- a) ( ) Diária                      b) ( ) Semanal                      c) ( ) Mensal                      d) ( ) Semestral

**7. Quanto em média, você costuma gastar ao ir para um restaurante? (valores em R\$)**

- a) ( ) Até 50,00                      b) ( ) De 50,00 a 150,00                              e) ( ) Acima de 150,00

**9. Em algum momento, você já fez refeição de comida Angolana?**

- a) ( ) Sim                              b) ( ) Não

**9. Você Frequentaria um restaurante Angolano na cidade de criciúma/Sc?**

- a) ( ) Sim                              b) ( ) Não

**10. Na sua opinião qual o melhor local de Criciúma para a abertura de um restaurante angolano?**

- a) ( ) Centro da Cidade    b) ( ) Bairro Universitário                              c) ( ) Dentro de um Shopping

**11. Assinale Dois(2) fatores que o levariam a frequentar um restaurante Angolano:**

- a) ( ) Comida (sabor)                              b) ( ) Variedade do Cardápio  
c) ( ) Interesse Cultural                              d) ( ) Preço  
e) ( ) curiosidade em conhecer                              f) ( ) Novidade



12. A proposta deste restaurante angolano é servir pratos prontos. Dos seis (6) pratos de comida angolana listados abaixo, você poderia assinalar os quatro (4) pratos que você teria interesse em comer? Obs: Cada prato corresponde a uma porção por pessoa.

- a) ( ) **CALULU** – Preço do prato pronto: R\$ 26,00  
Molhos de peixe/carne seca + funge (pirão de farinha milho e mandioca) – ingredientes Principais
- b) ( ) **Carne DE VACA** – Preço do prato pronto: R\$ 25,00  
Molhos de carne de vaca + funge (pirão de farinha milho e mandioca) – ingredientes Principais
- c) ( ) **PEITO ALTO** – Preço do prato pronto: R\$ 26,00  
Molhos de galinha + funge (pirão de farinha milho e mandioca) – ingredientes Principais
- d) ( ) **MUFETE** – Preço do prato pronto: R\$ 27,00  
(peixe/frango + feijão + batata doce + mandioca + banana + salada + Farinha Angolana) – ingredientes Principais
- e) ( ) **CACHUPA** – Preço do prato pronto: R\$ 20,00  
(feijão + frango + pé de porco + mandioca + linguiças terras + milho para cachupa) – ingredientes Principais
- f) ( ) **SOPA** – Preço do prato pronto: R\$ 15,00  
(frango/pé de porco + feijão + ) – ingredientes Principais

13. Qual a sua expectativa em relação a um novo empreendimento de gastronomia específico de comida Angolana?

R: