



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

MATEUS GUALBERTO PEREIRA

**A IMPORTÂNCIA DA ELABORAÇÃO E AVALIAÇÃO DE PROJETOS:
PERSPECTIVA HIPOTÉTICA ACERCA DA VIABILIDADE DE UMA EMPRESA
NO MUNICÍPIO DE SANTARÉM /PA**

**SANTARÉM-PA
2023**

MATEUS GUALBERTO PEREIRA

**A IMPORTÂNCIA DA ELABORAÇÃO E AVALIAÇÃO DE PROJETOS:
PERSPECTIVA HIPOTÉTICA ACERCA DA VIABILIDADE DE UMA EMPRESA
NO MUNICÍPIO DE SANTARÉM /PA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Ciências da Sociedade da Universidade Federal do Oeste do Pará, como requisito para a obtenção do título de Bacharelado em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Jarsen Luis Castro Guimarães.

**SANTARÉM-PA
2023**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Integrado de Bibliotecas (SIBI) da UFOPA
Catalogação de Publicação na Fonte. UFOPA - Biblioteca Unidade Tapajós

Pereira, Mateus Gualberto.

A importância da elaboração e avaliação de projetos: perspectiva hipotética acerca da viabilidade de uma empresa no município de Santarém /PA / Mateus Gualberto Pereira. - Santarém, 2023. 65fl.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal do Oeste do Pará - UFOPA. Programa de Ciências da Sociedade. Bacharelado em Ciências Econômicas. Orientador: Jarsen Luís Castro Guimarães.

1. Avaliação de projetos. 2. Projeto de investimento. 3. Viabilidade do empreendimento. I. Guimarães, Jarsen Luís Castro. II. Título.

UFOPACampus Tapajós

CDD 330 23.ed.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE
CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ATA DE DEFESA PÚBLICA DE MONOGRAFIA DO CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

No sétimo dia do mês de julho de dois mil e vinte e três, às dezenove horas, na Sala Virtual Link: <https://meet.google.com/vdt-jtmj-chu>, realizou-se a Defesa Pública da Monografia do acadêmico **MATEUS GUALBERTO PEREIRA** (matrícula: 201500667), intitulada: “*A Importância da Elaboração e Avaliação de Projetos: perspectiva hipotética acerca da viabilidade de uma empresa no município de Santarém/PA*”, sob orientação do Prof. Dr. Jarsen Luís Castro Guimarães que compôs a banca examinadora com o Prof. Dr. Abner Vilhena de Carvalho e o Prof. Dr. Sandro Augusto Viégas Leão. O presidente fez a abertura do trabalho com a apresentação dos componentes da banca do discente e atribuiu o tempo de vinte e cinco a trinta minutos para a apresentação do trabalho. Após a apresentação, seguiu-se a arguição e, em seguida as respostas. Posteriormente, os membros da banca fizeram suas considerações e sugestões finais passando a palavra para o discente que efetuou seus agradecimentos. A banca reuniu-se e apresentou o parecer final, com a nota DEZ. Nada mais havendo a tratar, eu Prof. Dr. Jarsen Luís Castro Guimarães lavrei a presente ata que, após ser lida, será assinada pelos membros da banca e pela discente.

Prof. Dr. Jarsen Luís Castro Guimarães – Orientador

Documento assinado digitalmente
gov.br JARSEN LUIS CASTRO GUIMARAES
Data: 07/07/2023 20:46:29-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Abner Vilhena de Carvalho – Membro da banca

Documento assinado digitalmente
gov.br ABNER VILHENA DE CARVALHO
Data: 07/07/2023 21:02:36-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Sandro Augusto Viégas Leão – Membro da banca

Documento assinado digitalmente
gov.br SANDRO AUGUSTO VIEGAS LEO
Data: 07/07/2023 23:10:21-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Mateus Gualberto Pereira – Discente

Documento assinado digitalmente
gov.br MATEUS GUALBERTO PEREIRA
Data: 07/07/2023 23:22:06-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dedico este trabalho à minha esposa Layane e meus professores.

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos a tudo que Universidade Federal proporciona ao discente e nesta jornada agradeço a cada professor que fez parte do dia a dia e todos os colegas pelas trocas de ideias que fazem a universidade se tornar um ambiente de crescimento pessoal e futuro profissional.

Agradeço a minha esposa Layane por ter me incentivado a não desistir e sempre ser exemplo para mim de determinação.

Agradeço aos meus professores Abner e Jarsen que em determinada fase da graduação me incentivaram com sua história a manter firme no propósito de se tornar economista.

Aos amigos feitos durante a formação.

RESUMO

A intenção de lançar um novo produto ou realizar um novo investimento é crucial realizar uma avaliação da viabilidade econômica e financeira do projeto. Isso envolve analisar se o investimento trará um retorno positivo ou negativo, além de estimar a magnitude desse retorno. O objetivo deste estudo é analisar um projeto hipotético e demonstrar a relevância do conhecimento teórico e prático sobre o tema para possibilitar utilizando indicadores provenientes da análise de investimento, a viabilidade de um negócio. Aborda-se a economia local de Santarém, os setores de investimentos. A pesquisa inclui revisão bibliográfica sobre a análise de viabilidade econômica e financeira, além de pesquisa documental para instrução nos passos de elaborar um investimento. Destaca-se que um empreendimento deve dinamizar o município, por meio da arrecadação de impostos e da criação de novos empregos. Portanto, as principais características do mercado de Santarém onde se é feito o estudo, deve ser considerado na elaboração de um projeto de negócio, a demanda por produtos ou serviços, a oferta de matéria prima, a localização e a possibilidade de contribuir para o desenvolvimento local. Como resultado, além de fornecer subsídios para elaboração de projetos econômicos, faz-se uma análise de viabilidade do projeto em questão. Com base nos resultados dos indicadores, conclui-se que o projeto em questão é economicamente viável para a empresa ou investidor. Ao se fazer uma análise de viabilidade acaba sendo um diferencial para a contribuição do sucesso de uma empresa em uma região em processo de expansão econômica, como a Amazônia, onde está localizada Santarém/PA.

Palavras-chave: Avaliação de projetos. Projeto de investimento. Viabilidade do empreendimento

ABSTRACT

The intention to launch a new product or make a new investment is crucial to carry out an assessment of the economic and financial viability of the project. This involves analyzing whether the investment will bring a positive or negative return, as well as estimating the magnitude of that return. The objective of this study is to analyze a hypothetical project and demonstrate the relevance of theoretical and practical knowledge on the subject to enable, using indicators from investment analysis, the viability of a business. It addresses the local economy of Santarém, the investment sectors. The research includes a bibliographical review on the economic and financial feasibility analysis, as well as documental research for instruction in the steps of preparing an investment. It should be noted that an undertaking must boost the municipality, through tax collection and the creation of new jobs. Therefore, the main characteristics of the Santarém market, where the study is carried out, must be considered when preparing a business project, the demand for products or services, the supply of raw materials, the location and the possibility of contributing to the development local. As a result, in addition to providing subsidies for the preparation of economic projects, a feasibility analysis of the project in question is carried out. Based on the results of the indicators, it is concluded that the project in question is economically viable for the company or investor. When carrying out a feasibility analysis, it ends up being a differential for the contribution to the success of a company in a region in the process of economic expansion, such as the Amazon, where Santarém/PA is located..

Keywords: Business feasibility. Investment project. Project evaluation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Organograma do Fut Bar Pub.....	28
Figura 2 - Croqui Fut Bar Pub.....	53

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Número de funcionários por empresa.....	35
Gráfico 2 - Tempo de atuação das empresas	36
Gráfico 3 - Visão dos empreendedores quanto ao mercado.....	36
Gráfico 4 - As principais dificuldades enfrentadas pelas empresas.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 01-A	Projeção dos valores das cervejas a serem cobrados no Fut Bar Pub.....	39
Tabela 01-B	Projeção dos valores das cervejas a serem cobrados no Fut Bar Pub.....	39
Tabela 02	Projeção dos valores dos drinks e cocktails cobrados no Fut Bar Pub.....	40
Tabela 03	Projeção dos valores das vodkas a serem cobrados no Fut Bar Pub.....	40
Tabela 04	Projeção dos valores dos petiscos a serem cobrados no Fut Bar Pub.....	41
Tabela 05	Projeção dos valores dos refrigerantes e água cobrados no Fut Bar Pub.....	42
Tabela 06	Gasto mensal da empresa/ por funcionário.....	45
Tabela 07	Quantidade anual comprada /Distribuidora de cerveja-caixa.....	46
Tabela 08	Quantidade anual comprada /Distribuidora de cerveja-pacote.....	47
Tabela 09	Quantidade anual comprada /Distribuidora refrigerante e água mineral.....	48
Tabela 10	Quantidade anual comprada /Distribuidora de Vodcas.....	48
Tabela 11	Custos com petiscos.....	49
Tabela 12	Custo Total Anual Previsto do Fut Bar Pub (R\$).....	49
Tabela 13	Expectativa de venda anual de cerveja-caixa.....	50
Tabela 14	Expectativa de venda anual de cerveja-pacote.....	50
Tabela 15	Expectativa de venda com refrigerantes e água mineral.....	50
Tabela 16	Expectativa de venda anual Vodca.....	51
Tabela 17	Expectativas de vendas anual de petiscos.....	51
Tabela 18	Depreciação de moveis e outros.....	52
Tabela 19	Depreciação de eletroeletrônicos.....	52
Tabela 20	Produção Total do Fut Bar Pub.....	53
Tabela 21	Alternativa de tamanho escolhido (R\$).....	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 BREVE HISTÓRICO DA CIDADE DE SANTARÉM	16
2.1 Setores de investimento locais	16
2.1.1 Relevância Da Elaboração De Projetos De Investimento	20
2.1.2 Importância do estudo de projetos	20
2.2 Fundamentação Teórica Para Elaboração E Análise De Projetos.....	21
2.2.1 Empreendedorismo	21
2.2.2 Projeto	22
2.2.3 Planejamento do Projeto	22
2.2.4 Análise de investimento	23
2.2.5 Indicadores: Valor presente líquido, Taxa Interna de Retorno e Payback	24
2.2.6 Critério da Série Uniforme Equivalente.	25
3 AVALIAÇÃO HIPOTÉTICA DA VIABILIDADE DE PROJETO NO MUNICÍPIO DE SANTARÉM/PA	25
3.1 Escolha e caracterização da empresa.....	25
3.2 Dirigentes e Administradores principais.....	26
3.3 Organização (Organograma)	27
3.4 Objetivos do Projeto.....	28
3.4.1 Objetivo Geral	28
3.4.2 Objetivos Específicos.....	28
3.4.3 Justificativa	28
3.5 Funcionamento da Empresa	29
3.6 Missão, Visão e Valores do Fut Bar Pub	32
3.6.1 Missão.....	32
3.6.2 Visão	32
3.6.3 Valores.....	33
4 ESTUDO DE MERCADO	33
4.1 A Análise do serviço oferecido.....	33

4.2 A Análise da Demanda	34
4.3 A Análise da Oferta (Pesquisa de Mercado Produtor)	35
4.4 A Concorrência	35
4.5 Fornecedores	37
4.6 Estratégias de Marketing	38
4.6.1 Produto	38
4.6.2 Preço	38
4.6.3 Ponto	42
4.6.4 Atendimento	42
4.6.5 Segurança	42
4.6.6 Promoções e Propagandas	42
4.7 A Análise da Demanda Insatisfeita	43
5 LOCALIZAÇÃO	44
6 TAMANHO	45
6.1 Custos com funcionários	45
6.2 Custo anual com energia elétrica	46
6.3 Custo anual com aluguel	46
6.4 Custos de oportunidade/custos implícito	47
6.5 Custos com bandas/ músicos	47
6.6 Custo Operacional Anual Baseado na Expectativa Da Demanda	47
6.7 Custo Total Anual Previsto do Fut Bar Pub	49
7 ENGENHARIA DO PROJETO	53
7.1 Descrição dos equipamentos e equipes	54
7.2 Equipamentos	54
8 ANÁLISE FINANCEIRA (VIABILIDADE ECONÔMICA DO PRODUTO)	56
9 ANÁLISE DE INVESTIMENTO	57
9.1 Critério Do Valor Presente Líquido (Vpl)	57
9.2 Critério Da Taxa Interna De Retorno (TIR)	58
9.3 Critério Da Série Uniforme Equivalente (CSUE)	58

9.4 Payback	59
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62

1 INTRODUÇÃO

A falta de um bom planejamento para a implantação e estruturação de um empreendimento pode trazer consequências danosas a esse investimento em um curto e médio prazo. É importante o olhar de um profissional que entenda do mercado, de suas flutuações e que saiba elaborar e analisar propostas de investimentos econômicos, ou seja, conhecimento teórico e prático sobre o tema.

O presente trabalho tem por finalidade evidenciar a importância das disciplinas “Elaboração e Análises de Projeto” e “Avaliação de projetos” do Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Oeste do Pará, realizando-se apontamentos teóricos e uma apresentação de um caso hipotético sobre a implementação de uma empresa que tenha por base um projeto de investimento, sendo este último um diferencial para possibilitar a viabilidade do negócio e retorno dos recursos (investimentos) aplicados.

O nome escolhido para o empreendimento será “Fut Bar Pub”, referindo-se ao Futebol, que é o maior e mais popular esporte brasileiro, inclusive na cidade de Santarém. Considera-se, assim, a paixão nacional e também local, pois o futebol está inserido de modo geral no universo de afetividade dos brasileiros, e explicar essa conquista no coração das pessoas, Muniz Sodré (1989) diz que *“o afeto surge da fantasia ou da imagem idealizada que a subjetividade (o mental) forma de algo colocado no mundo externo”*.

O esporte une as pessoas e de fato pode ser considerado como tal fator de união, por se basear muito mais no sentimento de pertencimento a uma “tribo”. É dessa forma, uma noção comum de identidade profunda com valores subjetivos na ação de unir pessoas. A identificação é conhecida pela psicanálise como a mais remota expressão de um laço emocional com um objeto. Ela será responsável, portanto, pelo surgimento da paixão, devoção e dedicação ao esporte, que une uma massa formada por milhões de brasileiros em torno do “mais querido” esporte (CANCLINI, 2001).

Sendo assim, o cliente do Fut Bar Pub cria um imaginário por meio do qual os usuários da mensagem representam o que frequentemente se chama de psicologia, ou seja, a ideia que fazem e que querem que os outros façam de sua própria fala (BARTHES, 2001).

De acordo com Decca (2008), o cidadão brasileiro tem sua identidade construída também pelos símbolos que são considerados como valores para um povo, para uma Nação, como o samba e o futebol no Brasil. Logo, um bar temático representa isso.

A cidade de Santarém como qualquer outra cidade do Brasil possui milhares de torcedores e praticantes, que almejam um espaço apropriado para ver os jogos esportivos e as

partidas de futebol do seu time de coração, com uma boa música, e elementos visuais que sejam identificados com o esporte. O “Fut Bar Pub” surge assim com a missão de não ser apenas mais um Bar na cidade de Santarém, mas ser um empreendimento com diferencial na experiência do cliente, incluindo bom atendimento e serviços prestados para o consumidor.

Uma análise de viabilidade é feita com bases em projeções. Os investimentos são realizados após se analisar os riscos. Se coleta as informações para a empresa saber atenuar-me ela pode gastar o grau de confiabilidade do projeto no contexto estratégico da empresa tornando o time da implementação e da assessoria unidos conforme (WOILER, 2013). O time de implementação está no campo de batalha por assim dizer, mas omiti-me de assessoria que está analisando sempre o investimento.

A análise da viabilidade econômica e financeira do projeto é fundamental para auxiliar a construção regular de um projeto de investimento. Conforme ensina Motta e Calôba:

O desafio da Engenharia Econômica consiste em definir, tão precisamente quanto possível, alternativas de investimentos e prever suas consequências, reduzidas a termos monetários, elegendo-se um instante de referência temporal e considerando o valor do dinheiro no tempo. (MOTTA; CALOBA, 2012, p. 23).

Assim, o presente trabalho tem por objetivo geral viabilizar o conhecimento de projetos econômicos e como objetivo específico apresentar noções básicas e exemplo hipotético, a partir do Fut Bar Pub, para tornar possível a implementação de projeto que possa ter por base disciplinas estudadas na ciência econômica, aproximando o estudo teórico da realidade local.

O presente trabalho está estruturado da seguinte forma. No capítulo primeiro, evidencia-se os traços mais relevantes da economia local da Cidade de Santarém/PA, abordando os aspectos de desenvolvimento, que engloba a realidade da Amazônia enquanto região em processo de expansão econômica, e os setores de investimentos locais.

No capítulo segundo, aborda-se a relevância do estudo de projetos, bem como suas etapas, citando as compreensões de alguns dos principais autores sobre o tema, como Mintzberg (2003) , que discorre sobre a importância da estrutura de uma organização e sua possível definição como a soma total de maneiras pelas quais o trabalho é dividido em tarefas distintas e como a coordenação é realizada entre essas tarefas, ou ainda Wagner e Hollenbeck (2006), os quais discorrem também sobre estrutura organizacional , que permite que as pessoas trabalhem juntas e com isso, consigam alcançar coisas que não seriam possíveis de forma desorganizada.

Após os apontamentos teóricos, expõe-se no capítulo terceiro o caso hipotético acerca da elaboração e avaliação de um projeto de uma empresa, tendo por recorte geográfico a cidade de Santarém/PA, visando oferecer aos cidadãos locais um esboço com base teórica para se implementar um projeto de investimento, sem desconsiderar os aspectos de viabilidade e retorno do referido investimento.

2 BREVE HISTÓRICO DA CIDADE DE SANTARÉM

2.1 Setores de investimento locais

Busca-se, de forma introdutória, ressaltar a relevância da economia da cidade de Santarém/PA e como se faz necessária a avaliação de projetos que venham fomentar o desenvolvimento da região, de forma didática e fazendo uso dos fundamentos teóricos disciplinas “Elaboração e Análises de Projeto” e “Avaliação de projetos” do Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Oeste do Pará.

Santarém é uma cidade localizada no estado do Pará, na região norte do Brasil. Sua história remonta ao período colonial, quando a região era habitada por diversas tribos indígenas (SANTOS, 2011). Em 1661, a Coroa Portuguesa fundou a Vila de Santarém, com o objetivo de estabelecer um ponto estratégico para o controle da navegação no rio Amazonas (SILVA, 2005).

Durante os séculos XVII e XVIII, Santarém se desenvolveu como um importante centro comercial da região amazônica. A cidade era um ponto de encontro entre os comerciantes portugueses e as tribos indígenas que habitavam a área. Além disso, Santarém também se destacava pela produção de açúcar e aguardente (MARTINS, 1998).

No século XIX, com a chegada dos imigrantes europeus e asiáticos, Santarém passou por um processo de modernização. A cidade se tornou um importante centro produtor de borracha e madeira, impulsionando o desenvolvimento econômico da região (OLIVEIRA, 2003).

Durante a década de 1970, Santarém passou por uma nova fase de crescimento econômico com a construção da rodovia Transamazônica. A cidade se tornou um importante polo agropecuário e industrial do estado do Pará (SOUZA et al., 2015).

Assim, durante sua história, o município de Santarém passou por diversos ciclos econômicos. O ciclo da borracha, por exemplo, foi um período em que a extração de borracha

das áreas próximas ao município impulsionou a economia regional. Esse ciclo também marcou a urbanização de Santarém e trouxe um crescimento significativo para a região (SANTARÉM, 2021).

Além do ciclo da borracha, Santarém também experimentou outros ciclos econômicos, como o da juta, da pimenta-do-reino e do ouro. Além disso, investimentos patrocinados pelo governo federal contribuíram para o desenvolvimento da cidade, incluindo a construção de estradas (BR-163/Santarém Cuiabá e BR-230/Transamazônica), do cais de arrimo, do aeroporto e a pavimentação de vias urbanas. Também houve investimentos na infraestrutura urbana, como a implantação de rede de esgoto sanitário e das galerias pluviais, além da implementação de projetos de assentamentos humanos. Esses investimentos impulsionaram as atividades econômicas e o crescimento da infraestrutura urbana, das comunicações e do transporte em Santarém (SANTARÉM, 2021).

No passado, por volta dos anos de 1860, durante os primeiros tempos da Guerra do Paraguai, Santarém era um porto movimentado e desempenhava um papel importante no comércio da Província do Grão-Pará. Diversos produtos eram exportados pelo município, incluindo café, carne seca, castanha-do-pará, cavalos, gado e couro de gado, couro de veado, feijão, guaraná, óleo de copaíba, salsaparrilha, sebo, vinho de caju, cacau, goma elástica e pirarucu. Entre esses produtos, o cacau, a goma elástica e o pirarucu foram os que mais contribuíram para a geração de renda em Santarém (FONSECA, 2015, p. 29).

Atualmente, Santarém é uma cidade em constante crescimento e desenvolvimento. Com uma população estimada em mais de 300 mil habitantes (IBGE, 2020), a cidade é conhecida por sua rica cultura amazônica e pela beleza natural da região. Alguns dos principais pontos turísticos incluem as praias fluviais do rio Tapajós, o Parque da Cidade e a Floresta Nacional do Tapajós (SANTOS, 2011).

Conforme dados fornecidos pela Prefeitura de Santarém/PA, por meio do site oficial, a cidade encontra-se em fase de desenvolvimento e apresenta um aumento significativo nos índices de crescimento e desenvolvimento. O setor primário, que se refere às atividades agrícolas e pesqueiras extrativistas, é o principal da região. Além disso, a cidade vem apresentando uma expansão no sistema educacional, o que a torna um polo econômico e educacional do oeste paraense. Essas características influenciam positivamente o desenvolvimento regional ao impulsionar a economia local e atrair mão-de-obra qualificada para a região.

O desenvolvimento econômico de Santarém, localizada no estado do Pará, na região norte do Brasil, tem sido impulsionado por diversos setores-chave ao longo dos anos. Um dos principais motores econômicos da cidade é o setor agropecuário. A região possui um vasto potencial agrícola devido à sua localização entre a floresta amazônica e o cerrado. Destacam-se a produção de soja, milho, arroz, mandioca e outros produtos agrícolas. A agricultura comercial tem atraído investimentos para a região, impulsionando o crescimento econômico.

A pecuária também desempenha um papel significativo na economia de Santarém, com a criação de gado bovino e bubalino. A atividade pecuária contribui para a geração de empregos e renda, além de impulsionar setores correlatos, como o processamento de carne e a produção de laticínios.

Santarém também se beneficia de sua localização estratégica às margens do rio Amazonas. A cidade possui um porto fluvial importante, permitindo o escoamento da produção agrícola, madeireira e mineral para outras regiões do Brasil e até mesmo para o exterior, o setor agropecuario é beneficiado por isso também, possibilitando escoamento da produção. O porto de Santarém desempenha um papel crucial no transporte de cargas na Amazônia, contribuindo para o crescimento industrial.

Além disso, Santarém tem investido no setor do turismo. A cidade possui uma rica diversidade natural, com destaque para a Praia de Alter do Chão, considerada uma das mais bonitas do Brasil. A região também abriga a Floresta Nacional do Tapajós e outras áreas de preservação ambiental, atraindo turistas interessados em ecoturismo e turismo de aventura. O turismo tem impulsionado a economia local, gerando empregos e aumentando o comércio de serviços.

A infraestrutura de Santarém tem recebido investimentos para impulsionar o desenvolvimento da cidade. A presença de aeroporto, rodovias e acesso à hidrovia do rio Amazonas facilita o transporte de pessoas e mercadorias, contribuindo para a atividade econômica.

Além dos setores mencionados, Santarém possui um comércio diversificado, com lojas, mercados e serviços que atendem às necessidades da população local e dos visitantes. O setor de serviços, em geral, tem acompanhado o crescimento econômico da cidade.

É importante destacar que o desenvolvimento econômico de Santarém enfrenta desafios, como a preservação ambiental e a busca pela sustentabilidade em meio à exploração dos recursos naturais. No entanto, a cidade tem buscado um equilíbrio entre o crescimento

econômico e a conservação do meio ambiente, adotando políticas e práticas voltadas para o desenvolvimento sustentável.

Santarém cresce principalmente por meio do setor primário, que inclui atividades agrícolas e pesqueiras extrativistas. Além disso, a cidade vem apresentando uma expansão no sistema educacional, o que a torna um polo econômico e educacional do oeste paraense. O crescimento da cidade também pode ser observado por meio dos índices de crescimento e desenvolvimento, que apresentaram um aumento significativo nos últimos anos, principalmente na dimensão da Educação, que teve um crescimento de 192% entre 1991 e 2010. O aumento do IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) de Santarém também foi maior que a média do Pará e do Brasil no mesmo período. Além disso, o PIB per capita de Santarém cresceu 108% entre 2010 e 2017, superando o crescimento do Estado do Pará e do país.

2.1 Relevância Da Elaboração De Projetos De Investimento

2.1.1 Importância do estudo de projetos

De acordo com dados do Sebrae, 75% das pequenas empresas de bares e restaurantes no Brasil encerram as suas atividades nos três primeiros anos de vida, dados estatísticos que reforçam que o planejamento e a informação a respeito do mercado são ferramentas estratégicas para a sobrevivência de qualquer empresa. Diante disso, é possível mensurar a importância da criação e análise de um projeto de viabilidade no momento de optar pela criação de um novo empreendimento. Tal projeto permite ao empreendedor um amplo conhecimento de seu mercado consumidor, seus fornecedores, concorrentes, além disso, ainda permite que o proprietário da nova empresa, tenha uma noção do quanto deve investir e em quanto tempo terá um retorno, entre outras informações.

Com expansão anual em torno de 10%, o setor de bares e restaurantes, gera cerca de 450 mil novas oportunidades de emprego por ano, segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL). As maiorias das vagas são para garçons, com cerca de 250 mil novos empregos anuais. Trabalhar no ramo de alimentação fora de casa parece ser simples, porém é complicado e exige uma busca constante pela qualidade dos serviços oferecidos e alto conhecimento do setor. Além disso, é indispensável um planejamento adequado, desde o investimento inicial até o cumprimento das regras estabelecidas por órgãos municipais e federais (SEBRAE, 2019).

Santarém é uma cidade com uma realidade socioeconômica diversificada, com uma significativa desigualdade de renda entre diferentes grupos e áreas da cidade.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) referentes ao ano de 2020, o rendimento médio mensal domiciliar per capita em Santarém era de aproximadamente R\$ 954,00. Esse valor está abaixo da média nacional e reflete a realidade de muitas regiões do país com menor desenvolvimento econômico.

No entanto, é importante ressaltar que esse valor médio pode não refletir a renda de todos os indivíduos em Santarém, uma vez que existem famílias com rendimentos mais altos e famílias com rendimentos mais baixos. Além disso, existem segmentos da população que podem ter rendas mais elevadas, como profissionais de determinadas áreas e setores econômicos.

É fundamental destacar também que o custo de vida em Santarém pode variar, assim como em qualquer outra cidade, afetando o poder de compra da população. Os dados de renda média devem ser interpretados considerando-se esses fatores e a realidade socioeconômica específica da cidade.

2.2 Fundamentação Teórica Para Elaboração E Análise De Projetos

2.2.1 Empreendedorismo

De acordo com Schumpeter (1949), o empreendedor é aquele que devasta a ordem econômica existente por meio da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Em diversas definições do perfil do empreendedor, encontramos pontos em comum, como a criatividade, inovação, persistência, paixão pelo o que faz e até admitir a possibilidade de fracasso. Porém, três características básicas identificam o espírito empreendedor, que segundo Longenecker, Moore e Petty (1998): o primeiro é a necessidade de realização, pois as pessoas apresentam diferenças quanto às suas necessidades, porém nos empreendedores esta necessidade é alta, o que os leva a buscar satisfação, abrindo seus próprios negócios; o segundo é a disposição para correr riscos, onde o empreendedor assume vários riscos, quando se decide por abandonar empregos e carreira segura para iniciar seu próprio negócio; por último a autoconfiança, pesquisas mostram que empreendedores conseguem identificar os problemas e sentem-se com as habilidades necessárias para resolver as dificuldades, pois têm foco interno de controle, isto é, acreditam que a decisão depende mais de si próprio, do que da sorte ou do destino.

Ao contrário do que muitos pensam, nem sempre os empreendedores são natos, muitos aprendem com o tempo e com a experiência. A capacidade de vislumbrar uma boa oportunidade também pode vir com o tempo. Pesquisas mostram que é possível aprender a empreender, mas não basta identificar as principais características e treinar pessoas para reproduzi-las, é preciso sim, que as pessoas se envolvam, vivenciem e partam em busca de realizar os seus sonhos.

2.2.2 Projeto

Para atingir um novo objetivo as empresas teoricamente tendem a seguir uma série de etapas, geralmente por meio do que conhecemos como planejamento. É importante planejar com cuidado a ordem em que ações e decisões serão efetuadas, para então atingir metas com maior eficiência.

Wolter & Mathias (1996) definem o conceito de planejamento "como sendo um processo de tomada de decisões interdependentes, decisões estas que procuram conduzir a empresa para uma situação futura desejada". O processo de tomada de decisões que caracterizam o planejamento deve ser de alguma forma, preenchido com informações para que o mesmo aconteça, "afim de que as decisões tomadas conduzam a empresa na direção desejada, é necessário um processo de coleta e seleção de informações para realimentar o processo decisório". O conjunto de informações necessárias para tal processo recebe a denominação de projeto.

Holanda (1975) completa afirmando que "um projeto nada mais deve ser que um conjunto de informações úteis e objetivas, articuladas de forma metodologicamente satisfatória e formando um contexto harmônico e coerente". Um projeto deve permanecer sucinto e breve, fornecendo as informações necessárias para a tomada de decisão.

2.2.3 Planejamento do Projeto

De acordo com Holanda (1983), em termos econômicos, quando falamos em projeto na maioria das vezes temos em vista um plano de investimento. Já um investimento pode ser definido como a obrigação de recursos realizada com o objetivo ou a expectativa de alcance de benefícios futuros, durante um período aceitável de tempo.

Dessa forma, um projeto pode ser compreendido como um conjunto de informações ordenadas, que nos permite medir os custos e benefícios de um determinado investimento, convém ressaltar, as vantagens e desvantagens de utilizar recursos para a criação de novos meios de produção ou para o aumento da capacidade ou melhoria do rendimento dos meios de produção já existentes.

A efetivação de um projeto, desde a ideia inicial até o seu funcionamento como uma unidade de produção, é um processo contínuo no tempo, por meio de várias fases, nas quais se

combinam considerações de caráter técnico, econômico e financeiras estudadas por meio de diferentes etapas.

O projeto começa com a ideia de investir uma determinada quantidade de capital na produção de certo bem ou serviço. Essa ideia tem que ser desenvolvida por um estudo que inclui as várias etapas, inclusive a etapa final onde devem ser consideradas as operações de execução do projeto.

De acordo com Mathias (1996) o processo de elaboração e execução do projeto deve seguir cinco fases distintas: a identificação da ideia, o estudo de pré-viabilidade, o estudo de viabilidade, o estudo da engenharia e pôr fim a execução. As três primeiras dessas fases são as que interessam no quadro de um estudo de projeto de investimento.

Em cada uma dessas fases que compõem um projeto, deve conter, no mínimo, as seguintes etapas básicas: um estudo de mercado, um estudo de tamanho e localização, a engenharia, uma análise de custos e receitas e uma análise detalhada de rentabilidade do investimento.

Desenvolver um plano de negócio determina uma série de análises para identificar a viabilidade do desenvolvimento do empreendimento. No caso de um plano de negócio de um bar temático, é essencial averiguar a situação onde será inserido o estabelecimento, como seu público-alvo, o poder econômico das pessoas que moram ou frequentam a cidade de Santarém, os processos mais eficientes de produção e atendimento, e as análises financeiras que responderão a seguinte questão, se é viável a abertura de um bar temático esportivo em Santarém, ou não.

2.2.4 Analise de investimento

A análise de investimentos é um aspecto essencial para auxiliar as empresas na tomada de decisões acerca de seus potenciais investimentos. De acordo com Motta (2012), a análise de investimentos busca encontrar soluções eficientes para decisões compensadoras, empregando técnicas avançadas que englobam estatística, matemática financeira e informática. A matemática financeira, como define Samanez, compreende um conjunto de conceitos matemáticos elementares utilizados na análise de operações de investimento e financiamento, com foco no princípio da preferência pela liquidez (SAMANEZ, 2009, p.1).

Vale ressaltar que, em estudos de caso, a análise de investimentos tem como objetivo principal avaliar a viabilidade econômica de um investimento específico, conforme

destacado por Samanez, no qual o êxito ou fracasso do projeto é determinado unicamente pelo seu potencial de geração de renda econômica (SAMANEZ, 2009, p.96). Existem diversos métodos de análise de investimentos, tais como VPL, VFL, TIR, índice de lucratividade, payback simples e descontado, método do prazo de retorno, entre outros.

2.2.5 Indicadores: Valor presente líquido, Taxa Interna de Retorno e Payback

Para o caso hipotético apresentado no capítulo 3, selecionou-se como um dos indicadores o valor presente líquido, cabendo descrever sua fundamentação teórica nas palavras de Samanez, o qual aduz que o método do valor presente líquido é descrito da seguinte forma:

O método do valor presente líquido (VPL) tem como finalidade calcular, em termos de valor presente, o impacto dos eventos futuros associados a uma alternativa de investimento. Em outras palavras, ele mede o valor presente dos fluxos de caixa gerados pelo projeto ao longo de sua vida útil (SAMANEZ, 2009, p. 37).

Outro indicador relevante a ser utilizado com o objetivo de avaliar a viabilidade econômica é a Taxa Interna de Retorno (TIR). A TIR, de acordo com a definição de Motta:

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é um índice relativo que mede a rentabilidade do investimento por unidade tempo (ex: 25% ao ano), necessitando para isso, que haja receitas envolvidas, assim como investimentos (MOTTA, 2012, p.116).

Conforme mencionado por Samanez (2009), o método da Taxa Interna de Retorno (TIR) não tem o propósito de avaliar a rentabilidade absoluta, considerando um determinado custo de capital, como ocorre com o método do Valor Presente Líquido (VPL). Em vez disso, a TIR busca encontrar uma taxa intrínseca de rendimento. Por definição, a TIR representa a taxa de retorno do investimento.

Por fim, o último indicador a ser utilizado no estudo hipotético sobre a viabilidade econômica do novo empreendimento é o indicador de payback.

Conforme destacado por Motta (2012), o payback ou tempo de recuperação é um indicador utilizado como referência para avaliar a atratividade relativa das opções de

investimento. De maneira geral, quanto mais longo for o prazo para recuperar o valor investido, ou seja, o payback, menos interessante se torna o investimento para o empreendedor.

No entanto, Motta ressalta que o payback "deve ser considerado com cautela, apenas como um indicador, não sendo adequado para a seleção entre diferentes alternativas de investimento" (MOTTA, 2012, p. 97).

2.2.6 Critério da Série Uniforme Equivalente.

Ferreira (2010) fornece uma definição do critério da Série Uniforme Equivalente (CSUE), também conhecido por outros nomes como critério do lucro anual uniforme, critério do custo anual uniforme, critério do valor equivalente, entre outros. Embora seja pouco conhecido no meio empresarial, esse critério apresenta vantagens metodológicas e práticas significativas na tomada de decisão. Diferentemente de outros critérios, as desvantagens são eliminadas no CSUE, pois o lucro periódico virtual não requer os artifícios exigidos pelos demais critérios. Em sua simplicidade, o CSUE é utilizado quando se tem apenas o custo inicial e o lucro operacional uniforme disponíveis (Ferreira, 2010).

Levando em conta a importância da elaboração e avaliação de projetos, bem como a fundamentação teórica acima elencada, com destaque para os indicadores, será exposto no próximo capítulo um projeto hipotético de um empreendimento, verificando-se, dentre outros pontos, sua viabilidade econômica, com recorte geográfico na cidade Santarém/PA.

3 AVALIAÇÃO HIPOTÉTICA DA VIABILIDADE DE PROJETO NO MUNICÍPIO DE SANTARÉM/PA

3.1 Escolha e caracterização da empresa

Após pesquisa de mercado sobre bares e restaurantes, o Fut Bar Pub nasceu da necessidade de se ter um espaço adequado e identificado com o esporte futebol, por ser bem popular entre os brasileiro e que possui milhões de seguidores nos diversos times, e em Santarém não é diferente.

A empresa promete trazer diversão e entretenimento para o torcedor, proporcionando o que há de melhor para seu conforto e necessidade, com bebidas e comidas de qualidade, com a finalidade que se almeje o máximo de satisfação para o cliente.

Pode-se observar ao longo dos anos a inexistência de bares diferenciados em locais urbanos de Santarém, logo o presente empreendimento proporciona uma alternativa as atuais opções de lazer, o que antes ficaria restrito apenas a bares convencionais e simples.

É primordial por meio de um espaço diferenciado, criar uma atmosfera que faça com que cada cliente, sinta-se à vontade em uma reunião entre amigos, transformando seu happy hour num endereço certo e frequente. Levando em consideração o fato que parte do público-alvo reside nas proximidades ou frequentam o bairro em que se almeja inserir o negócio, e observando-se também que se trata de um local onde o fluxo de indivíduos é bastante intenso diariamente, além de se verificar sua proximidade de lugares estratégicos da região central de Santarém, espera-se que o empreendimento possa satisfazer os anseios esperados pela população da região e demais interessados nos serviços e atrações oferecidos pelo negócio do Bar Temático.

Acredita-se então que o projeto possa se tornar viável, levando-se em consideração a possibilidade de o empreendimento oferecer um serviço com um diferencial da concorrência, possibilitando não só a degustação de comidas e bebidas de qualidade, mas também a constante exposição de fotografias e pinturas no ambiente do bar em referência ao esporte futebol.

3.2 Dirigentes e Administradores principais

A administração da sociedade será exercida pelos sócios em conjunto ou separadamente. O quadro de pessoal do Fut Bar Pub será formado pelos seus próprios sócios e dirigentes que poderão exercer quaisquer atividades dentro da empresa, desde que seja em comum acordo e que tenha capacidade para cumprir a atividade.

As tarefas ou atividades que as pessoas ou grupos executam na organização podem, conforme Maximiano (2006) ser chamadas de funções organizacionais. Este autor destaca ainda que todas as organizações têm praticamente as mesmas funções, dentre as quais, segundo ele as mais importantes são a de produção, marketing, pesquisa e desenvolvimento, finanças e recursos humanos.

Ficou estabelecido as seguintes funções dentro do Fut Bar Pub:

- Conselho Administrativo: Está prevista a contratação de um profissional com experiência de negócios, para trabalhar em conjunto com os sócios quando for necessário, esse profissional irá recomendar possíveis melhorias e ações visando o futuro do bar.
- Gerente Geral: Fará o gerenciamento diário do bar, além de permanecer na função do caixa;
- Marketing e Vendas: Terá a função de desenvolver a parte de Marketing e Vendas do bar, bem como promoções e propaganda, incluindo os eventos da semana; atuará também como atendente;
- Administração e Finanças: Responsável pela contabilidade financeira (sendo este um profissional formado e exigido por lei) e administrativa do bar atuará também como atendente.
- Operador de Qualidade : Será responsável por implantar os processos de produção dos alimentos, drinks e demais itens comercializados, assim como a logística do bar e a garantia da qualidade dos produtos oferecidos e dos serviços prestados e atuará também na cozinha, na preparação dos alimentos (lanches e porções).
- Barman e Atendentes: Terão a função de recepcionar os clientes tirar os pedidos e servi-los adequadamente;
- Terceiros: São serviços contratados externamente para segurança.

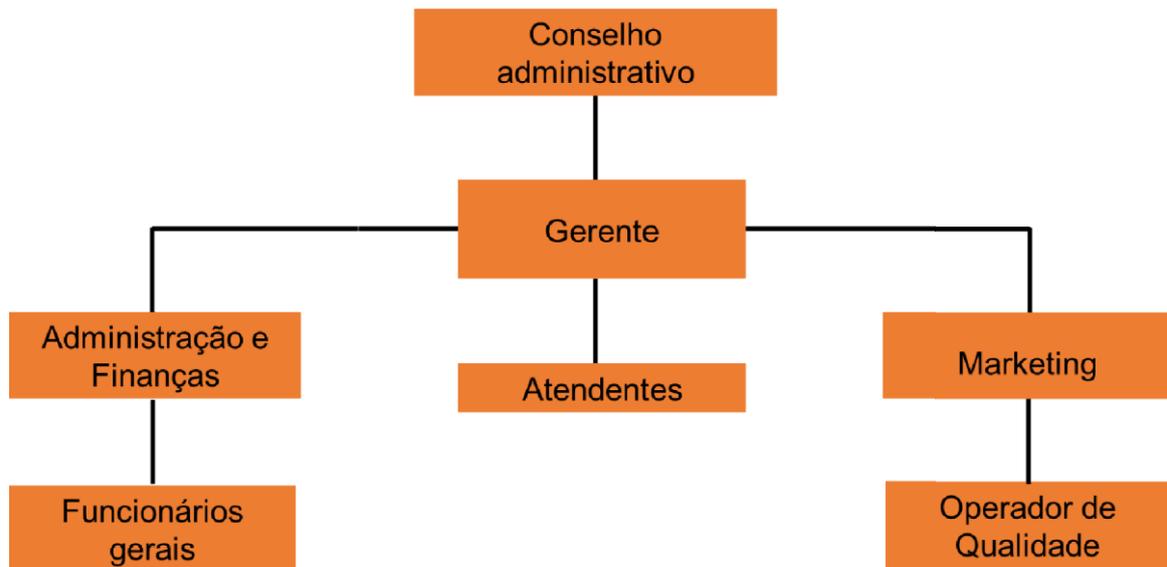
3.3 Organização (Organograma)

Mintzberg (2003) fala que a estrutura de uma organização pode ser definida simplesmente como a soma total de maneiras pelas quais o trabalho é dividido em tarefas distintas e como a coordenação é realizada entre essas tarefas.

Wagner e Hollenbeck (2006) definem que a estrutura organizacional consiste em uma cadeia relativamente estável de interligações entre as pessoas e o trabalho que constituem a organização. Segundo os autores, é a estrutura que permite que as pessoas trabalhem juntas e com isso, consigam alcançar coisas que não seriam possíveis de forma desorganizada.

Para a estrutura organizacional do Fut Bar Pub, ficou estabelecido por meio do organograma baseado em Mintzberg (2003) a seguinte hierarquia da empresa:

Figura 1 – Organograma do Fut Bar Pub



Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

3.4 Objetivos do Projeto

3.4.1 Objetivo Geral

Desenvolver um projeto de viabilidade econômica para a operacionalização de um bar com base no modelo ‘pub’, situado no bairro central, na cidade de Santarém-PA.

3.4.2 Objetivos Específicos

- definir os aspectos de mercado para o plano de negócio;
- descrever os aspectos administrativos;
- analisar os aspectos técnicos;
- definir os aspectos econômicos e financeiros;
- analisar aspectos jurídicos e legais para o seu funcionamento;

3.4.3 Justificativa

A justificativa da escolha do bar temático Fut Bar Pub é importante para a cidade de Santarém e para o público que gosta de futebol, que almejam um espaço próprio e

identificável com o time, sendo um local diferente e inovador, que além de trazer entretenimento para a cidade, traz geração de emprego e renda, logo é útil para o crescimento socioeconômico de Santarém.

Desta forma, o presente projeto baseia sua justificativa na sua importância e viabilidade. O primeiro destes aspectos, conforme Castro (2006), diz respeito ao trabalho interessar ou afetar de maneira teórica ou prática algum segmento da sociedade. Já o segundo, avalia se a realização do projeto é viável ou não.

Neste caso, o projeto pode ser dito como importante, já que tem a finalidade de produzir um instrumento para a criação de um novo empreendimento na Cidade de Santarém, o qual se trata de um bar temático que buscará atender, principalmente, o maior de idade, gerando desta forma impacto na sociedade, por meio do oferecimento de um novo serviço a um público específico e aumento do setor de bares e restaurantes da região. Além disto, o trabalho é importante para a comunidade acadêmica uma vez que pode servir de base de consulta para a realização de trabalhos com foco semelhante, especialmente na disciplina de Elaboração de Projetos do curso de Economia, e assim trazer informações acerca desse mercado.

3.5 Funcionamento da Empresa

Para o funcionamento do Fut Bar Pub, deve-se cumprir algumas exigências legais e específicas, sendo necessário contratar um contador profissional para legalizar a empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda do Estado do Pará;
- Prefeitura de Santarém – PA, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
 - Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”.
 - Corpo de Bombeiros Militar.

Além do cumprimento às exigências propostas, é importante consultar a administração municipal de Santarém sobre a legislação local para esse tipo de negócio. Pois

são as Prefeituras Municipais que determinam onde se pode estacionar, controlam os níveis de ruído, permitem ou não mesas nas calçadas, fiscalizam o cumprimento das normas de higiene e das questões de segurança como portas de emergência, porta corta-fogo e extintores, sinalização de saídas, isolamento acústico, área externa para lixo, acesso ao estabelecimento e banheiros especiais para portadores de deficiências etc.

Em 12/05/17 entrou em vigor a nova Lei da Gorjeta que modifica alguns pontos do artigo 457 da CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) regulando a divisão das gorjetas entre profissionais de serviços – garçons e equipe – de bares, restaurantes e hotéis. A principal mudança está na alteração do percentual da gorjeta destinado a pagar encargos trabalhistas e uma maior clareza sobre como a divisão deve ser realizada entre os funcionários. A lei define que a gorjeta é um pagamento dado de forma espontânea pelo cliente ao empregado e aquilo que a empresa cobra, como serviço ou adicional, para ser destinado aos empregados. Ou seja, a lei não torna obrigatório o pagamento da gorjeta, que continua sendo opcional, não estabelecendo um percentual mínimo de cobrança, ficando livre o estabelecimento para indicar uma taxa de serviço que seja menor ou maior que 10%.

Se houver execução musical deve-se atentar para a lei 9610/98. É de responsabilidade do ECAD – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, a arrecadação de direitos autorais pela execução pública de músicas nacionais e estrangeiras. A Lei federal 9.294 de 1996 que proíbe o fumo em todo ambiente público e fechado, é válida em todo o território nacional e é complementada por legislação estadual, e às vezes municipal, específica sobre o tema. Deve-se consultar a associação de bares do local para maiores detalhes e esclarecimentos.

A lei 8069 de 13/07/90 dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente. No artigo 81 estabelece a proibição da venda de bebidas alcoólicas à criança ou adolescente. Agregado às leis federais, os estados e municípios dispõem de legislação específica a respeito da proibição à venda de bebidas alcoólicas a menores, além de regulamentarem a permanência em locais que disponham de jogos e outras atividades não recomendadas a crianças e adolescentes.

Além do processo de registro legal da empresa, o empreendedor deverá atentar ainda a algumas legislações específicas, cabendo destacar as mais relevantes:

i. Resolução RDC nº. 216, de 15 de setembro de 2004, da ANVISA, a qual determina que restaurantes, lanchonetes, padarias, cantinas, bufês, comissárias, confeitarias, pastelarias, cozinhas industriais e institucionais, rotisserias e congêneres, adotem

procedimentos para se adequarem ao Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação; Essa resolução visa estabelecer procedimentos de Boas Práticas para serviços de alimentação a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias nos processos de preparação dos alimentos. Entende-se por serviços de alimentação locais que executam: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo;

ii. As Boas Práticas são um conjunto de normas que abrangem uma série de requisitos, permitindo a produção dos alimentos com segurança. Quem descumprir o regulamento estará sujeito a multas que podem chegar a R\$ 2,5 milhões;

iii. Regulamento Técnico constante da resolução da ANVISA prevê procedimentos que devem ser observados nas instalações, equipamentos, móveis e utensílios da empresa; higienização das instalações; controle de pragas; abastecimento de água; manejo dos resíduos; cuidados a serem observados pelos manipuladores dos alimentos, como usar cabelos presos e protegidos por redes; cuidados com ingredientes e embalagens; preparo do alimento e armazenamento;

iv. Resolução RDC nº. 218, de 29 de julho de 2005. Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais;

v. Lei nº. 7.967/89. Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária, altera a Lei nº. 6.437, de 20 de agosto de 1977, e dá outras providências;

vi. Portaria SVS/MS nº. 326/97. Aprova o Regulamento Técnico. Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

As legislações abaixo são assuntos correlacionados direta ou indiretamente sobre a produção de alimentos:

- Decreto-Lei nº. 986, de 21 de outubro de 1969;
- Lei nº. 6.360, de 23 de setembro de 1976;
- Portaria nº. 15, de 23 de agosto de 1988;
- Portaria nº. 1.428, de 26 de novembro de 1993;
- Portaria nº. 152, de 26 de fevereiro de 1999;
- Portaria nº. 3.523, de 28 de agosto de 1998;
- Resolução nº. 105, de 19 de maio de 1999;
- Resolução nº. 211, de 18 de junho de 1999;

- Resolução RDC nº. 18, de 29 de fevereiro de 2000;
- Resolução RDC nº. 277, de 16 de abril de 2001;
- Resolução RDC nº. 91, de 11 de maio de 2001;
- Resolução RE nº. 9, de 16 de janeiro de 2003;
- Resolução nº. 518, de 25 de março de 2004.

Tendo visto todas as exigências técnicas dos órgãos reguladores e comprovados por meio de uma visita inspecionadora ao local, o empreendimento é liberado para o seu pleno funcionamento.

3.6 Missão, Visão e Valores do Fut Bar Pub

3.6.1 Missão

A missão de uma empresa representa sua principal proposta, a razão de sua existência. A missão tem como objetivo difundir o espírito da empresa, e está ligada à visão, atua ainda como parte da estratégia, focando o esforço e definindo a organização. O foco evita o caos do movimento em múltiplas direções enquanto a definição provê significado, explicitando o que a organização faz e como se distingue das outras. Por este motivo, de tempos em tempos, devemos nos perguntar “Qual é o nosso negócio? Quem é nosso cliente? Qual será nosso negócio?” Estas simples perguntas muitas vezes estão dentre as mais difíceis a serem respondidas dentro de uma organização, e quando estas perguntas respondidas diferem da missão original, as atitudes devem ser revistas de modo à empresa retornar à sua missão original.

A missão do Fut Bar Pub é:

Oferecer produtos e serviços diferenciados com alto padrão de qualidade, em um ambiente cujo tema é o Futebol, buscando lucratividade.

3.6.2 Visão

A Visão ajuda a empresa a se unir em torno de seus valores que possibilitam direcioná-la para o aproveitamento de uma oportunidade, com vantagens competitivas.

A declaração de visão demonstra a direção que a empresa pretende seguir, ou ainda, um quadro do que a empresa deseja ser, ela não estabelece ou expressa fins quantitativos, mas prevê a motivação, uma direção geral, uma imagem e uma filosofia que guia a empresa. Além de apontar um caminho para o futuro, faz com que você queira chegar lá. Deve representar as maiores esperanças e sonhos de sua empresa.

A visão do Fut Bar Pub é:

Visão: Queremos ser reconhecidos por proporcionar uma relação custo-benefício favoráveis aos clientes, oferecendo um ambiente temático e místico, onde a qualidade dos produtos e serviços surpreendem e a inovação encanta.

3.6.3 Valores

A análise de valor para os clientes tem a função de identificar as forças e fraquezas da empresa. Assim a empresa deve decidir seus valores, com honestidade, e eles não devem mudar para reagir a efeitos externos. Se necessário, ela deve mudar de mercado para manter-se fiel aos seus valores.

Os valores do Fut Bar Pub são:

- acreditar que os clientes são de nossa responsabilidade e tratá-los como nossos melhores amigos.
- acreditar no compromisso a longo prazo com o desenvolvimento de nossos colaboradores;
- os lucros devem ser concretos, derivados de trabalhos harmônicos com nossos princípios.

4 ESTUDO DE MERCADO

4.1 A Análise do serviço oferecido

Bar é um estabelecimento comercial em que o principal produto é a bebida alcoólica, mas também pode-se encontrar bebidas não alcoólicas e produtos complementares com os petiscos, sanduíches e pizzas. O balcão é a principal característica estrutural do bar, uma tábua longa que divide o bar, de um lado o barman do outro os clientes que ficam sentados nos bancos em torno do balcão e os que ficam em mesas separadas onde os garçons os servem.

Pode-se encontrar também aparelhos eletrônicos como: televisão, caixa acústica ambiente, microfone, a caixa registradora, onde é registrado o consumo dos produtos que serão cobrados por meio do ticket. Outros eletrodomésticos e utensílios como: freezer, cafeteira, pia, prateleiras, copos, taças, canecas, pratos, garrafas de bebidas, mesas e cadeiras.

O bar é um dos principais pontos de encontro de amigos para se divertir, conversar, tomar cerveja, comer petiscos, ouvir uma boa música e cantar. É um negócio que pode ser encontrado em qualquer cidade do Brasil, cada um com suas peculiaridades.

4.2 A Análise da Demanda

Com a finalidade de contribuir para a tomada de decisão quanto à constituição do Fut Bar Pub em frente ou as proximidades da orla da cidade de Santarém, a pesquisa de mercado baseou-se principalmente em entrevistas com potenciais clientes, fornecedores e concorrentes, além de consultas em fontes secundárias como revistas, jornais, SEBRAE e ABRASEL.

Como um dos objetivos da empresa é oferecer produtos de qualidade, em um ambiente saudável, que permitirá o diálogo entre os clientes, e proporcione momentos de descontração e lazer. Desta forma pretende-se alcançar a satisfação dos potenciais clientes, tornando o primeiro em suas listas de preferência.

A estrutura do estabelecimento estará voltada para as pessoas que já frequentam bares e a orla de Santarém, especificamente pessoas maiores de idade, equipado com um moderno equipamento de som e vídeo que possibilitará aos seus potenciais clientes, assistir as transmissões esportivas, promover apresentações músicas, além do espaço para jogos.

Realizado uma pesquisa para saber se o Fut Bar teria a demanda e quais os potenciais clientes. De acordo com a pesquisa 46,5% dos entrevistados afirmaram frequentar bares e 44,2% destes disseram que frequentam bares em torno da orla. Entre os que frequentam bares na maioria solteiros, correspondendo um total de 65,1% do sexo masculino e 34,9% feminino, e 45% disseram que vão ao bar para se divertir e descontrair com amigos e familiares, 27% vai pôr preferir beber cerveja apenas em bares, 28% vão para comemorar ou esquecer algo.

Outro ponto observado foi que 27,5% dos entrevistados avaliaram como ótima, 32,5% como boa, 25% como regular, 15% como ruim ou péssima a ideia de constituir um bar pub em frente à orla da cidade.

4.3 A Análise da Oferta (Pesquisa de Mercado Produtor)

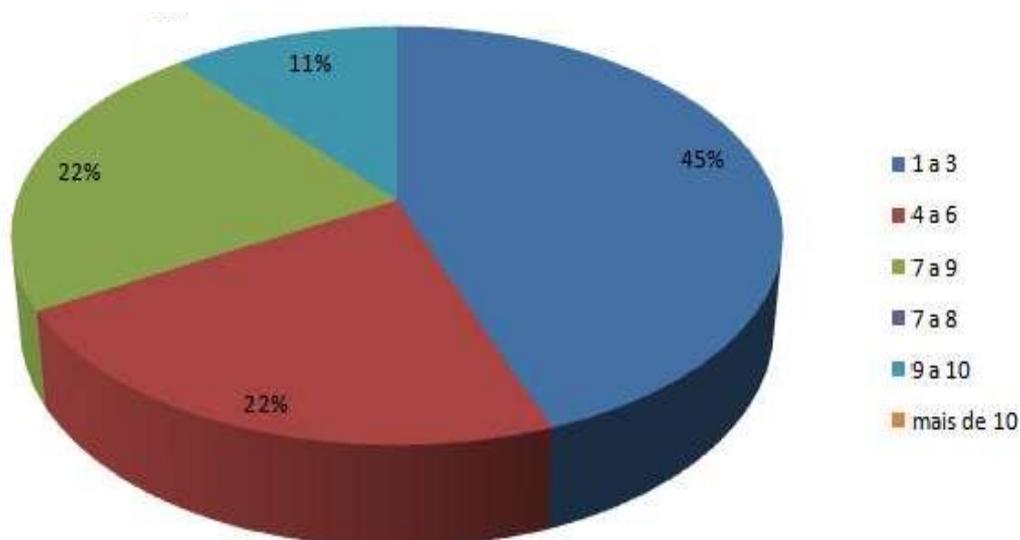
De acordo com a pesquisa realizada Santarém conta com 26 bares localizados na região central da cidade, e 9 bares em torno da orla, dentre os principais concorrentes estão: Mascotinho Pizzaria Bar, Canoa Show Bar, Dona Breja e La Biroska, ao questionados cada empresário afirmou ter em média oitocentos atendimentos por mês, representando um total de aproximadamente 7.200 atendimentos mensalmente. A entrevista foi feita para se analisar a concorrência e inserção no mercado, para assim se ter uma análise melhor do serviço a ser ofertado.

Por meio da análise dos resultados observou-se que o mercado se encontra em crescimento, de acordo com o SEBRAE o setor de bares e restaurantes crescem cerca de 10% ao ano, gerando cerca de 450 mil novas vagas de emprego anual, sendo que 250 mil dessas oportunidades são para garçons. Segundo a ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), o setor movimenta em torno de R\$4 bilhões ao ano e que cerca de 30% dos bares e restaurantes fecham em dois anos.

4.4 A Concorrência

Foram destacados nove concorrentes diretos que a empresa enfrentaria. Dos quais pode-se extrair as seguintes informações:

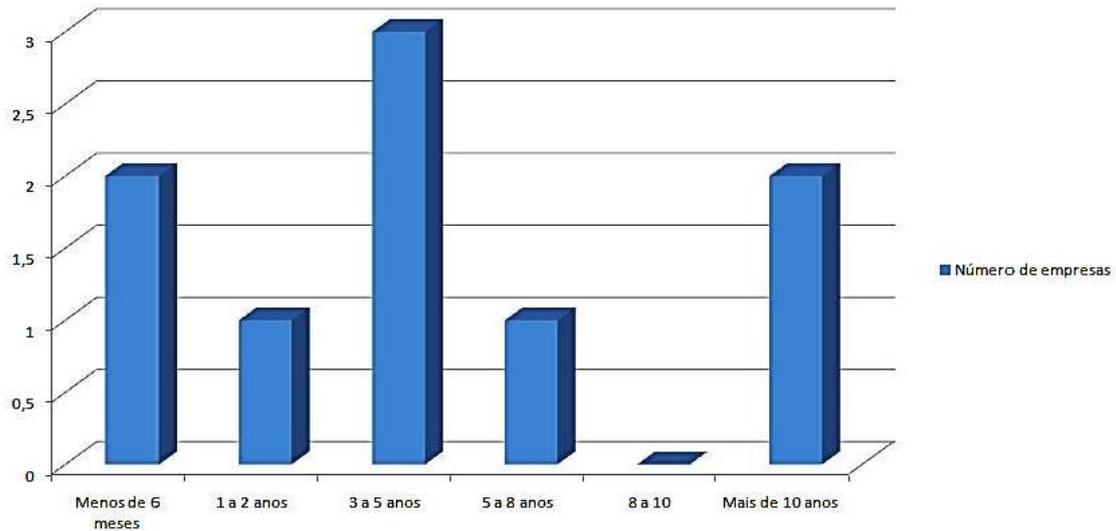
Gráfico 1 – Número de funcionários por empresa



Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Conforme apresenta o **Gráfico 1**, 45% das empresas concorrentes possuem de um a três funcionários, 22% têm de quatro a seis funcionários, a mesma porcentagem para as pessoas que contrataram entre sete e oito e apenas 11% possuem de nove a dez, nenhuma das empresas empregam mais de 10 funcionários.

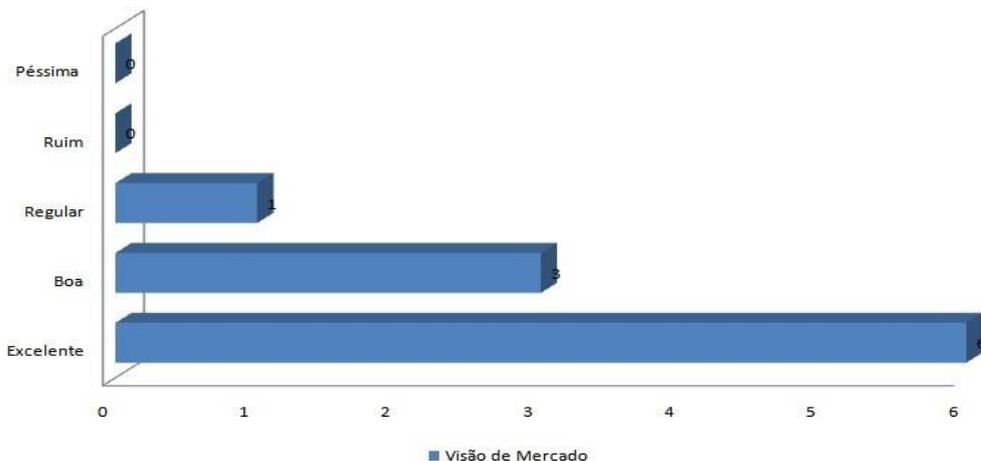
Gráfico 2 – Tempo de atuação das empresas



Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Destaca-se no **Gráfico 2**, que há duas empresas que atuam no mercado santareno a mais de dez anos, observa-se também que outras três empresas atuam entre 3 a 5 anos, sendo que estas têm suas vantagens no mercado, enquanto as outras duas estão funcionando a menos de 6 meses com os desafios que toda empresa nova enfrenta ao entrar no mercado.

Gráfico 3 – Visão dos empreendedores quanto ao mercado

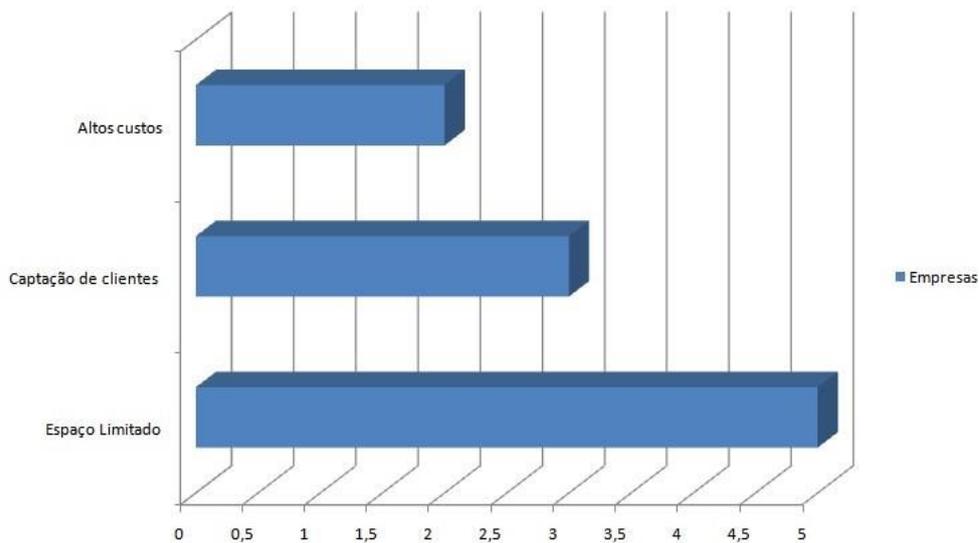


Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

De acordo com a análise realizada em junho de 2019 pela ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados), em 2018 o mercado cervejeiro no Brasil manteve crescimento em ritmo acelerado. Os dados, divulgados pelos pesquisadores Eduardo Fernando Marcusso e Carlos Vitor Müller, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), no Anuário da Cerveja no Brasil 2018, apontam que o ano fechou com 889 cervejarias, 270 a mais do que em 2017. Levando em conta esse número, a cada dois dias uma nova cervejaria abriu as portas no Brasil em 2018.

O **Gráfico 3**, que mostra a visão dos empreendedores sobre o mercado, demonstra que seis deles afirmaram estarem visualizando um mercado de crescimento.

Gráfico 4 – As principais dificuldades enfrentadas pelas empresas



Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

O **Gráfico 4** expõe as principais dificuldades enfrentadas pelas empresas para melhor desenvolvimento de seus negócios, observou-se que a falta de espaço para ampliar o seu negócio, principalmente para construção de estacionamentos.

4.5 Fornecedores

Os potenciais fornecedores são:

- Empresa de TV por assinatura: foram identificadas duas empresas Sky Brasil e Claro TV capaz de atender as exigências da empresa, sendo a A Sky Brasil que trabalha com

televisão por assinatura via satélite e internet banda larga 4G foi escolhida para prestar o serviço.

- Músicos: Não foi estabelecido apenas um músico ou conjunto musical, mas a preferência é por cantores regionais que toquem estilos de músicas variadas, agradando todos os gostos.

- Distribuidores de bebidas. Entre os fornecedores pesquisados observou-se que a baixa variação nos preços, então entre as que ofertam o menor preço, são: Avante Atacadista, Atacadão e Real Distribuidora de bebidas, sendo que esta última oferece melhor prazo de entrega.

- Peixarias: quanto a parte de peixes e camarão foram escolhidos: a Feira do Peixe e o Mercado do Peixe devido a quantidade e qualidade de peixe oferecidos.

- Supermercados: preferencialmente foi escolhido o Avante Atacadista por apresentar os melhores preços em Santarém.

Os fornecedores poderão ser trocados quando o serviço ou produtos ofertados não estejam satisfazendo as necessidades da empresa.

4.6 Estratégias de Marketing.

4.6.1 Produto

Os principais produtos ofertados serão: Cervejas, chope, bebidas destiladas, coquetéis alcoólicos e não alcoólicos, refrigerantes e petiscos.

O bar também presta serviços de transmissão de eventos esportivos, apresentações musicais, os quais estão inseridos nos custos dos produtos vendidos. Dessa forma, o produto em si trata-se do ambiente como um todo.

4.6.2 Preço

O preço praticado será próximo ao da concorrência, mas no início do negócio o preço inicial será um pouco maior, pois devido aos custos referentes a programação de eventos e outros diferenciais. Dessa forma o preço se tornará 10% maior devido o valor agregado do produto.

Tabela 1-A – Projeção dos valores das cervejas a serem cobrados no Fut Bar Pub

DESCRIÇÃO/TIPO DE PRODUTO	SKOL			ANTARCTICA			BRAHMA		
	UN.	PREÇO DISTRIBUIDOR	PREÇO REVENDA	UN.	PREÇO DISTRIBUIDOR	PREÇO REVENDA	UN.	PREÇO DISTRIBUIDOR	PREÇO REVENDA

Garrafa de vidro retornável

600ml	24	R\$4,59	R\$7,00	24	R\$3,69	R\$7,00	48	R\$3,59	R\$8,00
-------	----	---------	---------	----	---------	---------	----	---------	---------

Garrafa de vidro não retornável (long neck)

de 300ml a 360ml	12	R\$4,59	R\$5,00	12	R\$3,89	R\$5,00	12	R\$3,39	R\$6,00
------------------	----	---------	---------	----	---------	---------	----	---------	---------

Lata

269ml	12	R\$1,99	R\$4,00	12	R\$1,79	R\$4,00	12	R\$2,24	R\$4,00
350ml	12	R\$2,99	R\$5,00	12	R\$2,99	R\$5,00	12	R\$2,49	R\$5,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 1-B – Projeção dos valores das cervejas a serem cobrados no Fut Bar Pub

DESCRIÇÃO/TIPO DE PRODUTO	DEVASSA			HEINEKEN			ITAIPAVA		
	UN.	PREÇO DISTRIBUIDOR	PREÇO REVENDA	UN.	PREÇO DISTRIBUIDOR	PREÇO REVENDA	UN.	PREÇO DISTRIBUIDOR	PREÇO REVENDA

Garrafa de vidro retornável

600ml	-	-	-	-	-	-	24	R\$4,49	R\$6,00
-------	---	---	---	---	---	---	----	---------	---------

Garrafa de vidro não retornável (long neck)

de 300ml a 360ml	12	R\$3,89	R\$5,00	12	R\$4,99	R\$7,00	12	R\$3,99	R\$5,00
------------------	----	---------	---------	----	---------	---------	----	---------	---------

Lata

269ml	-	-	-	12	R\$3,29	R\$5,00	12	R\$2,09	R\$4,00
350ml	12	R\$3,59	R\$6,00	12	R\$3,75	R\$5,00	12	R\$2,29	R\$5,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 2 – Projeção dos valores dos drinks e cocktails cobrados no Fut Bar Pub

DRINKS/COCKTAILS	PREÇO
Tequila Fizz 270ml	R\$16,00
Margarita 270ml	R\$15,00
Dry Martini 270ml	R\$16,00
Caipirinha 270ml	R\$9,00
Caipirinha de Melão 270ml	R\$9,50
Caipirinha Mineira 270ml	R\$9,00
Batida de limão 270ml	R\$7,00
Batida de Amendoim 250ml	R\$7,00
Batida de Abacaxi 250ml	R\$7,00
Moranginho 270ml	R\$15,00
Pina Colada 270ml	R\$18,00
Limonada 500ml	R\$4,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 3 – Projeção dos valores das vodkas a serem cobrados no Fut Bar Pub

DESCRIÇÃO/TIPO DE PRODUTO	QUANTIDADE	PREÇO/UN DISTRIBUIDOR	PREÇO/UN REVENDA	PREÇO/DOSE REVENDA
VODKAS				
Smirnoff Ice 275ml	24	R\$4,37	R\$5,68	
Vodka Smirnoff Red 350ml	24	R\$19,90	R\$20,49	
Vodka Smirnoff Red 600ml	12	R\$25,90	R\$33,67	
Vodka Ciroc Pineapple 750ml	8	R\$132,41	R\$172,13	R\$10,00
Vodka Francesa Peach 750ml	8	R\$132,50	R\$172,25	R\$10,00
Vodka Ciroc 750ml	8	R\$149,90	R\$194,87	R\$15,00
Wyborowa Vodka Polonesa 750ml	8	R\$45,00	R\$58,50	R\$8,00
Vodka Wyborowa 750ml	8	R\$61,00	R\$79,30	R\$12,00
Vodka Grey Goose 750ml	8	R\$85,50	R\$111,15	R\$14,00
Vodka Let Stolichnaya 1L	6	R\$80,91	R\$105,18	R\$15,00
Vodka Roskoff 1L	6	R\$6,40	R\$8,32	
Vodka SKYY 1L	6	R\$19,25	R\$25,00	
Vodka Belvedere 1L	6	R\$61,60	R\$88,00	R\$12,00

Vodka Red Label 1L	6	R\$95,00	R\$123,50	R\$12,00
Orloff Vodka Regular Nacional 1L	6	R\$29,90	R\$38,87	R\$14,00
Vodka Grey Goose Original 1,5L	4	R\$189,90	R\$246,87	R\$16,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 4 – Projeção dos valores dos petiscos a serem cobrados no Fut Bar Pub

DESCRIÇÃO/TIPO DE PRODUTO	PREÇO/PORÇÃO
PETISCOS	
Batata frita	R\$15,00
Isca de pirarucu	R\$20,00
Isca de filé	R\$20,00
bolinho de piracuí	R\$12,00
Frango a passarinho	R\$25,00
Camarão	R\$25,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 5 – Projeção dos valores dos refrigerantes e água cobrados no Fut Bar Pub

DESCRIÇÃO/TIPO DE PRODUTO	QUANTIDADE/UNID	PREÇO/UN DISTRIBUIDOR	PREÇO/UN N REVENDA
REFRIGERANTES			
Coca-cola Lata	40	R\$2,70	R\$4,50
Coca-cola 1L	20	R\$4,50	R\$7,50
Coca-cola 1,5L	30	R\$5,10	R\$8,50
Coca-cola 2L	30	R\$5,70	R\$9,50
Fanta Uva/Laranja/Guaraná Lata	40	R\$2,70	R\$4,50
Fanta Uva/Laranja/Guaraná 1L	20	R\$4,50	R\$7,50
Fanta Uva/Laranja/Guaraná 1,5L	30	R\$5,10	R\$8,50
Fanta Uva/Laranja/Guaraná 2L	30	R\$5,70	R\$9,50
Guaraná Antarctica Lata	30	R\$2,70	R\$4,50
Guaraná Antarctica 1,5L	30	R\$4,65	R\$7,75
Guaraná Antarctica 2L	40	R\$5,25	R\$8,75

Guaraná Schin 2L	40	R\$4,50	R\$7,50
Guaraná Cerpa 2L	30	R\$4,50	R\$7,50
Guaraná Baré 2L	30	R\$4,50	R\$7,50
ÁGUA			
Água mineral sem gás 500ml	70	R\$1,50	R\$2,50
Água mineral sem gás 600ml	70	R\$2,10	R\$3,50
Água mineral com gás 500ml	40	R\$2,10	R\$3,50
Água mineral com gás 600ml	40	R\$2,40	R\$4,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

4.6.3 Ponto

O ponto estratégico escolhido fica localizado próximo da orla de Santarém, pois é um local bem localizado, movimentado, acessível ao público, próximo a parada de ônibus e locais para estacionar.

4.6.4 Atendimento

Os colaboradores serão treinados e capacitados para atender o público da melhor forma possível.

4.6.5 Segurança

Serão instaladas câmeras de vigilância e o bar contará com dois seguranças.

4.6.6 Promoções e Propagandas

Para as propagandas serão utilizados canais de veiculação de que já estão estruturados, mas o principal meio de divulgação será por meio de panfletagem na região, essa publicidade é sem dúvida a mais importante, pois traz diretamente o cliente e sempre foi o maior retorno de clientes, então será feita todo sábado e domingo durante a noite na região e durante a semana em horário de almoço em pontos estratégicos nos dando retorno rápido e eficiente.

Na Internet, muitos clientes poderão visitar, podendo visualizar todo o ambiente e os serviços oferecidos, além de fazer reservas.

- Descontos (Desconto para aniversariantes)

- Promoções em datas comemorativas (Dias dos pais, Dia dos Namorados, etc.)
- Bebidas em dobro (promoção dois por um)
- Promoções de horários (consumo de Chopp ou drink no horário das 18h às 20h)

4.7 A Análise da Demanda Insatisfeita

Quanto ao nível de satisfação da estrutura e serviços oferecidos pelos estabelecimentos, a pesquisa mostra que 33% dos entrevistados que frequentam bares em torno da orla estão insatisfeitos, 34,3% estão pouco satisfeitos, 28,2% satisfeito, e 4,5% dos entrevistados estão bastante satisfeitos.

Entre os potenciais clientes cerca de 30% dos entrevistados que afirmam estarem satisfeitos com os serviços prestados pelos bares. Visando como estratégia alcançar principalmente a preferência dos consumidores insatisfeitos com os bares instalados na área, os quais correspondem cerca de 70% dos entrevistados, por meio dos produtos, excelente atendimento, ambiente agradável com música e espaço para entretenimento.

A pesquisa foi de extrema importância para se notar o diferencial que é ter um atendimento adequado no empreendimento, tornando em Santarém um diferencial no serviço oferecido poder contar com atendimento de qualidade.

5 LOCALIZAÇÃO

Woiler (2013):

A análise do problema de localização assume então, assume um caráter de periodicidade associada à decisão de investir. Uma boa localização procura garantir que a operação seja feita com custos mínimos, acurto e em longo prazo, já que esta é a típica decisão de grandes impactos no custo de operação.

Com base em estudos feitos na cidade de Santarém- Pará foi escolhido à área propicia para abertura do bar temático, com base na população local acima de 18 anos, com um grande fluxo de pessoas, e pontos bastante frequentados, entre outros fatores.

O local escolhido para a abertura do bar foi na Avenida Rui Barbosa s/n, entre Avenida São Sebastião, e travessa Inácio Corrêa. Este local atende a todos os requisitos supracitados. Nas proximidades encontram-se locais bastante frequentados: Praça São Sebastião, Centro comercial, A Orla da Cidade, além de Centros Educacionais voltados para cursos pré-vestibulares e pré-concursos (públicos e privados)

Outro fator determinante para escolha do local é que este atende um requisito relevante para se obter demanda, isto é, por se localizar no centro comercial da cidade, e sendo Santarém uma cidade onde sua principal atividade econômica é o setor comercial, logo ao votar para casa, clientes em potencial serão atraídos para degustar bebidas e petiscos ofertado.

6 TAMANHO

Para Woiler (2013)

O estudo de mercado determina a capacidade que a economia tem para observar a vida útil do projeto. Com essa informação os projetistas têm o ponto de partida de quanto deve ser em princípio a produção programada para o projeto.

Sendo o tamanho do estabelecimento de 480m² de construção, onde pretende-se comportar 25 mesas com 4 cadeiras cada, e 50 cadeiras de reservas, além de 12 banquetas. Logo a lotação máxima do bar em dias de grandes fluxos (quarta, sábado e domingo) é estimada em 162 pessoas.

6.1 Custos com funcionários

Os custos totais com funcionários para empresa Fut Bar Pub são divididos em salários e encargos - encargos sociais e encargos trabalhistas.

Por não participar do Simples Nacional, isto é, por ser uma empresa de Regime de Lucro Real e Lucro Presumido, o Fut Bar Pub tende a arcar, por lei, com todos os tipos de encargos previstos na legislação trabalhista:

- Salários
- Vale transporte (o funcionário arca com 6% dos seus salários, o restante fica a cargo da empresa)
- Vale Alimentação (R\$ 15,00 por dia, 22 dias por mês. Sendo 80% pago pela empresa)
- Férias: 11,11% do salário
- 13º salário: 8,33% do salário
- INSS: 20% salário
- Seguro acidente do trabalho (SAT): 3,3% do salário
- Salário educação: 2,5% do salário

- FGTS/ Provisão de multa para rescisão: 4% do salário
- Previdenciário do 13º/ Férias/ DSR: 7,93% do salário
- Incra e sistema S: 3,3% do salário

A empresa Fut Bar Pub contará com 6 funcionários com uma remuneração mensal de R\$ 2000,00. Portanto, a previsão total de gasto com pessoal:

Tabela 6 – Gasto mensal da empresa/ por funcionário

Gasto	% do Salário	Valor nominal (R\$)
Salário	X	2,000,00
Vale transporte	X	56,00
Vale Alimentação	X	264,00
13º salário	8,3	166,00
Férias	11,11	222,20
INSS	20	400,00
SAT	3	60,00
Incra e sistema S	3,3	66,00
Salário educação	2,5	50,00
Multa para rescisão	4	80,00
Previdenciário sobre 13º/ Férias/DSR	7,93	158,60
TOTAL		3,522.80

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Um funcionário custará para o Fut Bar Pub, mensalmente, R\$3,522,80. Logo, mensalmente custará para a empresa R\$21.136,80. A empresa, portanto, pagará anualmente R\$ 253.641,60.

6.2 Custo anual com energia elétrica

A previsão de gasto com energia elétrica R\$ 5,000,00 mensalmente. Isto é, anualmente, a previsão de custo da empresa é de R\$ 60,000,00.

6.3 Custo anual com aluguel

O custo mensal de aluguel do prédio é de R\$ 5,000,00. Logo, anualmente, o Fut Bar Pub gastará de aluguel de R\$ 60,000,00.

6.4 Custos de oportunidade/custos implícito

A previsão de investimento inicial é de R\$ 600,000,00 (quatrocentos mil reais). Levando em conta a taxa de juro Selic anual atual de 5%. Os ganhos financeiros em renda fixa, isto é, risco mínimos, de R\$ 30,000,00 anuais.

6.5 Custos com bandas/ músicos

É previsto o gasto de R\$ 700,00 reais mensais com atrações musicais. Sendo, a previsão anual deste gasto será de R\$ 36,400,00.

6.6 Custo Operacional Anual Baseado na Expectativa Da Demanda

Tabela 7 – Quantidade anual comprada /Distribuidora de cerveja-caixa.

Quantidade de Caixa	Bebidas	Preço unit./caixa (R\$)	Custo total(R\$)
1040	Skol	110,16	114,566,40
1352	Antártica	86,16	116,488,32
1664	Brahma	88,56	147,363,84
1260	Devassa	108,00	136,080,00
1040	Heineken	120,00	124,800,00
1340	Itaipava	96,00	128,640,00
7696	TOTAL	-	767,938,56

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 8 – Quantidade anual comprada /Distribuidora de cerveja-pacote

Quant. de Pacotes	Bebidas	Preço uni/ Pacote (R\$)	Custo total (R\$)
1092	Devassa	45,00	49,140,00
1300	Heineken	57,00	74,100,00
1560	Itaipava	45,00	70,200,00
1260	Skol	45,00	56,700,00
1126	Antártica	36,00	40,536,00
1240	Brahma	36,00	41,040,00
7478	TOTAL	-	331,716,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 9 – Quantidade anual comprada /Distribuidora refrigerante e água mineral

Quant/unid.	Produto	Preço unit./ distrib (R\$)	Custo total (R\$)
2080	Coca cola lata	2,70	5.616,00
1040	Coca cola 1L	4,50	4.680,00
1560	Coca cola 1,5L	5,10	7.956,00
1560	Coca cola 2L	5,70	8.892,00
2080	Fantaslata	2,70	5.616,00
1040	Fantas 1L	4,50	9.360,00
1560	Fantas 1,5L	5,10	7.956,00
1560	Fantas 2L	5,70	8.892,00
1560	G Antarctica lata	2,70	4.212,00
1560	G Antarctica 1,5L	4,65	7.256,00
2080	G Antarctica 2L	5,25	10.920,00
2080	G. Schin 2L	4,50	9.360,00
1560	G. Cerpa 2L	4,50	7.020,00
1560	G. Baré 2L	4,50	7.020,00
3640	Água m. s/gás 500ml	1,50	5.460,0
3640	Água m. s/gás 600ml	2,10	7.640,00
2080	Água m. c/gás 500ml	2,10	4.368,00
2080	Água m. c/gás 600ml	2,40	4.992,00
34,320	TOTAL	-	131.584,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 10 – Quantidade anual comprada /Distribuidora de Vodcas

Quantidade	Produtos	Preço/ dose (R\$)	Custo total (R\$)
120	Smirnoff Icc 275ml	4,00	480,00
100	Vodca Smirnoff Red 350ml	14,00	1.400,00
15	Vodca Smirnoff Red 600ml	22,00	330,00
10	Vodca ciroc Pineapple 750ml	95,00	950,00
10	Vodca francesa Peach 750ml	90,00	900,00
10	Vodca ciroc 1L	105,00	1050,00
10	Vodca polonesa 750ml	40,00	400,00
10	Vodca wporowa 750ml	55,00	550,00
10	Vodca Grey Goose 750ml	70,00	700,00
8	Vodca Let Stelichnaya 1L	70,00	560,00
8	Vodca Roskoff 1L	6,00	48,00
8	Vodca SKYYL 1L	15,00	120,00
8	Vodca Belvendere 1L	60,00	480,00
8	Vodca Red Label 1L	80,00	640,00
8	Vodca Regular Nacional 1L	26,00	208,00
4	Vodca Greygoose original 1L	165,00	460,00
335	TOTAL	-	9.276,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 11 – Custos com petiscos

Quantidade	Petiscos	Preço/Porção (R\$)	Custo (R\$)
2340	Batata frita	7,00	16.380,00
3120	Isca de pirarucu	10,00	31.200,00
3640	Isca de Filé	10,00	36.400,00
3640	Bolinho de pirarucu	8,00	21.840,00
3640	Frango a passarinho	15,00	54.600,00
2340	Camarão	15,00	35.100,00
18720	TOTAL	-	195.520,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

6.4 Custo Total Anual Previsto do Fut Bar Pub

Os Custos total anual previsto da empresa Fut Bar Pub é a somatória de todos os custos previstos para o funcionamento desta empresa. Abaixo a previsão dos custos discriminados.

Tabela 12 – Custo Total Anual Previsto do Fut Bar Pub (R\$)

Descrição	Custo monetário (R\$)
Salários e encargos	253.641,60
Aluguel	60.000,00
Energia Elétrica	60.000,00
Bebidas/caixa	767.938,56
Bebidas/pacote	331.716,00
Refrigerante/ água mineral	131.584,00
Vodcas	9.276,00
Petiscos	195.520,00
Custos oportunidade	30.000,00
Bandas/músicos	36.400,00
Depreciação	10.000,00
Imposto de Renda PJ	
TOTAL	1.886.076,16

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Abaixo a tabela mensurando a quantidade de quanto se pretende vender

em cada dia da semana, dos principais produtos do bar.

Tabela 13 – Expectativa de venda anual de cerveja-caixa

Quantidade	Bebidas	Preço unit./ caixa (R\$)	Receita total (R\$)
1040	Skol	144,00	149.760,00
1352	Antártica	130,00	175.760,00
1664	Brahma	130,00	216.320,00
1260	Devassa	158,00	199.080,00
1040	Heineken	170,00	176.800,00
1340	Itaipava	136,00	182.240,00
7694	TOTAL	-	1.099.960,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 14 – Expectativa de venda anual de cerveja-pacote

Quantidade	Bebidas	Preço unit./Pacote (R\$)	Receita total (R\$)
1260	Skol	54,00	68.040,00
1126	Antártica	48,00	54.048,00
1240	Brahma	48,00	59.520,00
1092	Devassa	54,00	58.968,00
1300	Heineken	72,00	93.600,00
1560	Itaipava	54,00	84.240,00
7478	TOTAL	-	418.416,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 15 – Expectativa de venda anual de refrigerante e água mineral

Quant/unid	Produtos	Preço (R\$)	Receita (R\$)
2080	Coca cola lata	4,50	9.360,00
1040	Coca cola 1 L	7,00	7.280,00
1560	Coca cola 1,5L	8,00	12.480,00
1560	Coca cola 2L	9,00	14.040,00
2080	Fantas lata	4,50	9.360,00
1040	Fantas 1L	7,00	7.280,00
1560	Fantas 1,5L	8,00	12.480,00
1560	Fantas 2L	9,00	14.040,00
1560	G. Antártica lata	4,5	7.020,00
1560	G. Antártica 1,5L	7,00	10.920,00
2080	G. Antártica 2L	8,50	17.680,00
2080	G. Schin 2L	7,00	14.560,00
1560	G. Cerpa 2L	7,00	10.920,00
1560	G. Baré 2L	7,00	10.920,00
3640	Água m. s/ gás 500ml	2,00	7.280,00
3640	Água m. s/ gás 600ml	3,00	10.920,00
2080	Água m. c/ gás 500ml	3,00	6.240,00
2080	Água m. c/ gás 600ml	3,50	7.280,00
34320	Total	-	190.060,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 16: Expectativa de venda anual Vodca

Quant.	Produto	Preço/unit. (R\$)	Receita total (R\$)
120	Smirnoff Icc275ml	8,00	960,00
100	Vodca Smirnoff Red350ml	21,00	2.100,00
15	Vodca Smirnoff Red600ml	34,00	510,00
10	Vodca cirocPineapple750ml	175	1.750,00
10	Vodca francesa Peach750ml	175	1.750,00
10	Vodca ciroc 1L	190,00	1.900,00
10	Vodca polonesa 750ml	90,00	900,00
10	Vodca wyporowa750ml	60,00	600,00
10	Vodca Grey Goose 750ml	110,00	1.100,00
8	Vodca LetStelichnaya 1L	110,00	880,00
8	Vodca Roskoff 1L	10,00	80,00
8	Vodca SKYYL 1L	25,00	400,00
8	Vodca Belvendere 1L	120,00	960,00
8	Vodca RedLabel 1L	245,00	1.960,00
8	Vodca Regular Nacional 1L	40,00	320,00
4	Vodca Grey Goose original 1L	245	960,00
335	Total	-	16.130,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 17 – Expectativas de vendas anual de petiscos

Quantidade	Produtos	Preço (R\$)	Receita (R\$)
2340	Batata Frita	15,00	35.100,00
3120	Isca de Pirarucu	20,00	62.400,00
3640	Isca de Filé	20,00	72.800,00
3640	Bolinho de Pirarucu	15,00	54.600,00
3640	Frango a Passarinho	25,00	91.000,00
2340	Camarão	25,00	58.500,00
18720	TOTAL	-	374.400,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Fazendo a somatória de todas as contas que contém as previsões das receitas, espera-se que o Fut Bar Pub obtenha R\$ 2,098.966,00 de receita anual.

Tabela 18 – Depreciação de eletroeletrônicos

ELETROELETRÔNICO				
QTDE	DISCRIMINAÇÃO	PREÇO	TOTAL	DEPRECIÇÃO
1	COMPUTADOR	R\$1.559,99	R\$1.559,99	R\$156,00
1	IMPRESSORA	R\$216,22	R\$216,22	R\$21,62
3	TELEVISORES	R\$2.469,05	R\$7.407,15	R\$740,72
1	GELADEIRA VERTICAL	R\$2.469,05	R\$2.469,05	R\$246,91
2	ESTUFAS PARA SALGADO	R\$392,00	R\$784,00	R\$156,80
3	AR CONDICIONADOS	R\$1.787,40	R\$5.362,20	R\$536,22
1	GAVETEIRO	R\$254,25	R\$254,25	R\$25,43
1	MAQUINETA	R\$58,80	R\$58,80	R\$5,88
1	APARELHO DE SOM	R\$5.399,10	R\$5.399,10	R\$539,91
3	FREEZERS HORIZONTAIS	R\$2.249,10	R\$6.747,30	R\$674,73
5	LIQUIDADORES	R\$78,99	R\$394,95	R\$39,50
2	FORNO MICROONDAS	R\$431,10	R\$862,20	R\$86,22
2	CHAPAS DE AQUECIMENTO A GAS	R\$2.889,00	R\$5.778,00	R\$577,80
1	RETROPROJETOR 3500 LUMENS	R\$2.199,00	R\$2.199,00	R\$219,90
1	PAINEL DE RETROPROJETOR	R\$850,00	R\$850,00	R\$85,00
		TOTAL	R\$40.342,21	R\$4.112,62

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 19 – Depreciação de moveis e outros

MOVEIS E OUTROS				
QTDE	DISCRIMINAÇÃO	PREÇO	TOTAL	DEPRECIÇÃO
3	PRATELEIRAS DE BEBIDAS	R\$242,80	R\$728,40	R\$145,68
25	JOGO DE MESAS	R\$229,90	R\$5.747,50	R\$1.149,50
50	CADEIRAS	R\$49,90	R\$2.495,00	R\$499,00
4	ARMARIO PARA BAR	R\$463,41	R\$1.853,64	R\$370,73
3	JOGO DE BANQUETAS (4 UNIDADES)	R\$239,90	R\$719,70	R\$143,94
1	BALCAO DE BAR	R\$10.000,00	R\$10.000,00	R\$2.000,00
2	FILTROS DE ÁGUA	R\$355,00	R\$710,00	R\$142,00
2	ESPRESSO DE FRUTAS	R\$136,00	R\$272,00	R\$54,40
3	DOSADEIRA	R\$400,50	R\$1.201,50	R\$240,30
3	COQUETEIRA	R\$44,90	R\$134,70	R\$26,94
1	MATERIAS DE USO DIARIO	R\$1.260,00	R\$1.260,00	R\$252,00
1	MESA DE SINUCA	R\$2.850,00	R\$2.850,00	R\$570,00
		TOTAL	R\$27.972,44	R\$5.594,49

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

A tabela abaixo representa a demanda e o tamanho ótimo escolhido.

Tabela 20 – Produção total do Bar Fut Pub (R\$)

Ano	Custo dos Produtos	Receita com Venda dos Produtos
	R\$	R\$
2019	1.436.034,56	2.136.566,00

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Tabela 21 – Alternativa de tamanho escolhido (R\$)

Tamanho	Custo Fixo	Custo Variável
	R\$	R\$
I	103.456,00	1.782.620,16

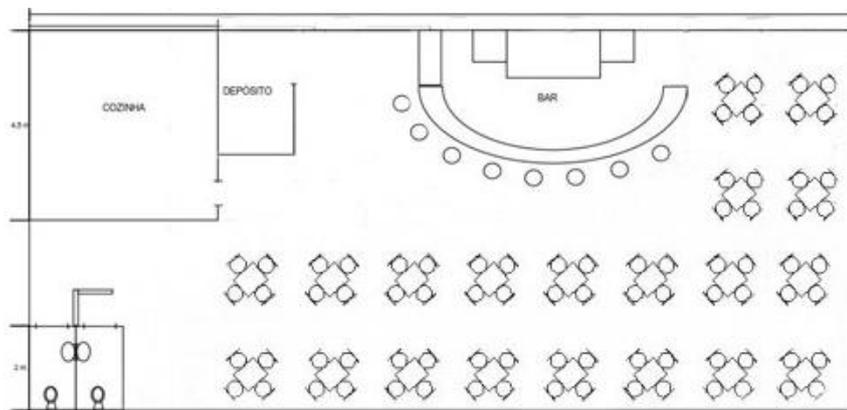
Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

7 ENGENHARIA DO PROJETO

Serão necessários para iniciar o projeto: funcionários, eletroeletrônicos, móveis e outros equipamentos, bebidas e petiscos. Não há como montar um bar sem antes saber quais são os equipamentos necessários. Esse quesito varia de acordo com o tamanho e o estilo de cada um. Os principais equipamentos são: computador, impressora, linha telefônica, aparelho de TV E DVD player, geladeira, freezer, chapa com aquecimento a gás, retroprojeto etc.

Em um bar as bebidas são os principais produtos, portanto faz se necessário saber as mais consumidas na região de origem do estabelecimento, dentre as principais são: Rum, refrigerantes, suco Martini, cervejas, vinhos, Vodca, Uísque, aguardente de cana. Necessita-se de criatividade para buscar inovações, isto é, diferenciar o produto oferecido (a saber, bebidas peculiares do bar).

Figura 2 – Croqui Fut Bar Pub



Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

7.1 Descrição dos equipamentos e equipe

O número de funcionários deve ser proporcional ao tamanho do bar, isto é, a demanda atendida pelo bar. No projeto serão necessários:

1. Um Gerente e caixa
2. Um administrador de finanças
3. Um profissional de Marketing
4. Um operador de qualidade e cozinheiro
5. Um barman e três atendentes (garçons)
6. Todos auxiliarão na limpeza

Os colaboradores devem ser treinados e atender os clientes de modo que os clientes sintam-se vontade. O responsável deve ser versado em contabilidade, e de caráter ilibado. O barman e garçons devem ser treinados e conhecedores da política da empresa.

7.2 Equipamentos

Os equipamentos necessários para o funcionamento do bar serão divididos em duas categorias: eletrônicos e móveis

Eletroeletrônicos:

- Um computador
- Uma impressora
- Telefonia & Comunicação (linha telefônica, internet, TV a cabo)
- Três televisores
- Três geladeiras verticais (especial para cerveja)
- Duas estufas para salgado
- Três ares condicionados
- Um gaveteiro para guardar dinheiro
- Maquineta de cartão de crédito e débito

- Um equipamento de som
- Três freezers horizontais
- Cinco liquidificadores
- Dois fornos micro-ondas
- Duas chapas de aquecimento a gás
- Retroprojektor

Móveis e outros:

- Três prateleiras de bebidas
- Vinte e cinco jogos de mesas
- 50 cadeiras reservas
- Quatro armários de acordo com as instalações
- Um balcão
- Dez banquetas
- Dois filtros de água
- Três dosadeira
- Três coqueteiras
- Matérias de uso diário: talheres, pratos, copos, panelas, etc.

8 ANÁLISE FINANCEIRA (VIABILIDADE ECONÔMICA DO PRODUTO)

A viabilidade econômica do projeto será avaliada seguindo as respectivas capacidades de produção

Na Análise de viabilidade é utilizado a produção do Fut Bar Pub.

Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE): este índice, identifica o volume de produção ou nível de utilização da capacidade instalada em que as receitas se igualam aos custos. Abaixo deste ponto, a empresa incorrerá em prejuízos e acima, em lucros.

$$PEE = CF / (RT - CV)$$

Onde:

RT: Receita Total CF: Custo Fixo CV: Custo Variável

$$PEE = 103.456,00 / (2.098.966,00 - 1.782.620,16)$$

$$PEE = 103.456,00 / 316.345,84 = 0,327034 (32,70\%)$$

Lucro Operacional: representa o resultado da atividade produtiva propriamente dita.

$$LO = RT - CT$$

onde:

RT: Receita Total CT: Custo Total

$$LO = 2.136.566,00 - 1.886.076,16 = 250.489,84$$

Lucro Líquido (LL 1: representado pelo lucro operacional deduzido o valor do imposto de renda (IR), traduz-se no saldo a disposição para aumento do capital social da empresa ou para distribuição entre os sócios

em forma de dividendos.

$$LL = LO - IR (15\%)$$

$$LL = 250.489,84 - 37.589,84 = 212.900$$

9 ANÁLISE DE INVESTIMENTO

9.1 Critério Do Valor Presente Líquido (Vpl)

O VPL é também conhecido por critério do valor atual líquido ou critério do fluxo de caixa descontado, se fundamenta na atualização de fluxos de caixa representativos de receitas, custos e lucros operacionais, visando certo horizonte de planejamento e empregando como taxa de desconto a taxa mínima de atratividade. (Ferreira, 2010).

$$VPI = \frac{\sum(R-Co)}{(1+i)^n} > 0$$

$$an|i = \frac{(1+i)^n - 1}{(1+i)^n \cdot i} = \frac{(1+0,15)^{10} - 1}{(1+0,15)^{10} \cdot 0,15} = 5,018766$$

$$VPL = -Co + (PMT \cdot an|i)$$

$$VPL = -600.000,00 + (212.900,00 \times a10|15)$$

$$VPL = -600.000,00 + 1.068.495,84$$

$$VPL = 468.495,84$$

Utilizando a calculadora HP 12C:

f	RE G	600.000	CHS	g	Cfo	212.900,00	g	CFj	10	g	Nj	f	NPV	"468.495,84"
---	---------	---------	-----	---	-----	------------	---	-----	----	---	----	---	-----	--------------

Pelo investimento apresentar um VPL positivo (468.495,84), o projeto poderá ser realizado.

9.2 Critério Da Taxa Interna De Retorno (TIR)

O critério da taxa interna de retorno (TIR) é também conhecido como critério de rentabilidade interna, critério da taxa de lucro ou critério da eficiência marginal do capital. Sendo ele um dos critérios mais utilizados pelo mercado pelo fácil entendimento econômico-financeiro, ele vai representar a taxa de rentabilidade interna ou de lucro de um projeto ou proposta de investimento fornecida pelo seu fluxo de caixa. (Ferreira, 2010).

$$f \quad \boxed{\text{REG}} \quad 600.000 \quad \boxed{\text{CHS}} \quad \boxed{\text{g}} \quad \text{Cfo} \quad 212.900,00 \quad \boxed{\text{g}} \quad \text{CFj} \quad 10 \quad \boxed{\text{g}} \quad \text{Nj} \quad f \quad \boxed{\text{IRR}} \quad "33,51"$$

Sendo $TIR > TMA$, isto é, a taxa interna de retorno de 33,51% maior que a taxa de atratividade de 15% a.a, mostra que o empreendimento obterá um lucro econômico, desta forma o projeto é viável.

9.3 Critério Da Série Uniforme Equivalente (CSUE)

Ferreira (2010) define CSUE como o critério da serie uniforme equivalente, com outros nomes conhecidos como critério do lucro anual uniforme, critério do custo anual uniforme, critério do valor equivalente entre outros. Este critério é pouco conhecido no meio empresarial, porém é o único critério que apresenta vantagens metodológicas e aplicadas quando na tomada de decisão. As desvantagens de outros critérios são eliminadas no CSUE pelo fato de o lucro periódico virtual não ter a necessidade dos artifícios exigidos pelos outros critérios, na sua simplicidade o Csue é usado quando se possui apenas o custo inicial e o lucro operacional uniforme (Ferreira, 2010).

Receita uniforme (RU): R\$ 212.900,00

Custo Uniforme (CU):

$$CU = Co. \frac{1}{an|i}$$

$$CU = 600.000,00. \frac{1}{a10|15}$$

$$CU = 119.551,24$$

$$CSUE = RU - CU$$

$$CSUE = 212.900,00 - 119.551,24$$

$$CSUE = 93.348,76$$

Pelo CSUE espera-se que o empreendimento obtenha um lucro anual uniforme de R\$93.348,76, portanto o investimento é viável.

9.4 Payback

Payback Period possui várias metodologias conhecidas, como payback simples, payback descontado e payback acumulado e todos são critérios para se fazer uma avaliação dos projetos e descobrir o tempo de retorno do capital investido (Ferreira, 2010). Em português payback significa “retorno”, sendo assim o payback é avaliado pelo tempo de retorno do capital investido até o momento no qual o ganho acumulado se iguala ao valor de determinado investimento.

Quando o payback é calculado sem descontar os fluxos de caixa futuros, então é chamado de payback simples. Quando o cálculo utiliza uma taxa de desconto (a TMA – taxa mínima de atratividade) então é chamado de período de payback descontado.

O payback descontado e payback acumulado se diferem em seus critérios apenas no final dos nomes, metodologia são idênticas, porem o PBD busca descontar para a data inicial os lucros operacionais com o intuito de somar com o custo inicial e então se fazer o calculo do tempo de retorno quando a soma algébrica se anula, conforme Ferreira (2010).

De acordo com Ferreira (2010) o PBA é feito de maneira inversa ao PBD, logo, busca acumular o custo inicial do projeto em questão para então somar algebricamente aos lucros operacionais até ocorrer a anulação da soma, o que indicaria nesse ponto o tempo de recuperação do capital que foi investido.

Tabela 22 – Critério PayBack Simples (PBS)

Ano	FC	FC Acumulado
0	-R\$ 600.000,00	-R\$ 600.000,00
1	R\$ 212.900,00	-R\$ 387.100,00
2	R\$ 212.900,00	-R\$ 174.200,00
3	R\$ 212.900,00	R\$ 38.700,00
4	R\$ 212.900,00	-
5	R\$ 212.900,00	-
6	R\$ 212.900,00	-
7	R\$ 212.900,00	-
8	R\$ 212.900,00	-
9	R\$ 212.900,00	-
10	R\$ 212.900,00	-

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

2 anos

$$m = \frac{\text{valor acumulado}}{\text{valor atual}} = \frac{174.200}{212.900} = 0,818225 \times 12 = 9,818694 \rightarrow 9 \text{ meses}$$

$$d = 0,818694 \times 30 = 24,5608 \rightarrow 25 \text{ dias}$$

De acordo com o critério PBS é esperado o retorno deste empreendimento a partir de 2 anos, 9 meses e 25 dias.

Tabela 23 – Critério PayBack Descontado (PBD)

Ano	FC	FC Atual	FC Acumulado
0	-R\$ 600.000,00	-R\$ 600.000,00	-R\$ 600.000,00
1	R\$ 212.900,00	R\$ 185.130,43	-R\$ 414.869,57
2	R\$ 212.900,00	R\$ 160.982,99	-R\$ 253.886,58
3	R\$ 212.900,00	R\$ 139.985,21	-R\$ 113.901,37
4	R\$ 212.900,00	R\$ 121.726,27	R\$ 7.824,90
5	R\$ 212.900,00	R\$ 105.848,93	R\$ 113.673,83
6	R\$ 212.900,00	R\$ 92.042,55	R\$ 205.716,38
7	R\$ 212.900,00	R\$ 80.037,00	R\$ 285.753,38
8	R\$ 212.900,00	R\$ 69.597,39	R\$ 355.350,77
9	R\$ 212.900,00	R\$ 60.519,47	R\$ 415.870,24
10	R\$ 212.900,00	R\$ 52.625,62	R\$ 468.495,86

Fonte: Elaborado pelo próprio Autor

Para calcular o FC atual:

$$\boxed{f} \boxed{REG} 212.900,00 \boxed{FV} 15 \boxed{I} 1 \boxed{N} \boxed{PV} "185.130,43"$$

3 anos

$$m = \frac{\text{valor acumulado}}{\text{valor atual}} = \frac{113.901,37}{121.726,27} = 0,935717 \times 12 = 11,228607 \rightarrow 11 \text{ meses}$$

$$d = 0,228607 \times 30 = 6,858208 \rightarrow 7 \text{ dias}$$

Pelo PBD o tempo de retorno esperado do investimento é de 3 anos, 11 meses e 7 dias.

Critério PayBack Period:

$$n = \frac{\log\left(\frac{-PMT}{Co \times i - PMT}\right)}{\log(1+i)}$$

$$n = \frac{\log\left(\frac{-212.900,00}{600000,00 \times 0,15 - 212.900,00}\right)}{\log(1+0,15)}$$

$$n = \frac{\log\left(\frac{-212.900,00}{-122.900,00}\right)}{\log(1,15)}$$

$$n = \frac{\log(1,7323026851)}{\log(1,15)}$$

$$n = \frac{0,2386237785}{0,06069788404}$$

$$n = 3,931336$$

$n = 3 \text{ anos, } 11 \text{ meses e } 5 \text{ dias}$

Ou

$$\boxed{f} \boxed{REG} 600.000,00 \boxed{CHS} \boxed{PV} 212.900,00 \boxed{PMT} 1 \boxed{i} \boxed{n} "4"$$

5

$n = 4 \text{ anos}$

Pelo critério PBP é esperado o retorno deste empreendimento a partir de 3 anos, 11 meses e 5 dias.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto está baseado num conjunto de pesquisas e suposições, onde pôde proporcionar aos investidores uma tomada de decisão quanto à conveniência ou não da implantação de um empreendimento.

Por meio do estudo de mercado verificou-se que diante da quantidade que o Fut Bar Pub se propõe ofertar, visto que é um projeto de implantação e ainda terá que competir com outras empresas já existentes, haverá demanda mais do que suficiente por parte da população da região de Santarém, e pelos visitantes na cidade. Pode-se constatar que não há restrições quanto à oferta de matéria-prima para este projeto, o que permitirá a este empreendimento, ofertar serviço de qualidade e o ano todo.

A localização deste empreendimento será no Município de Santarém/PA, pelo fato de ser uma unidade produtiva que tem constantes insumos, onde a localização permitirá fácil acessibilidade para os consumidores locais ao empreendimento devido à existência de vias de acesso pavimentada. Este empreendimento deve dinamizar o município, por meio da arrecadação de impostos e da criação novos empregos.

A viabilidade econômica deste projeto foi comprovada por meio de indicadores econômicos e financeiros. Partindo-se da análise do ponto de equilíbrio econômico, conclui-se que ao nível de utilização de 31,24% da capacidade instalada, o empreendimento estará em equilíbrio, mesmo sendo um valor mediano, com suas receitas e custos. Havendo acréscimo na quantidade demandada, o empreendimento estará pronto para aumentar sua produção, aumentar sua oferta, auferindo assim mais lucros. Quanto à rentabilidade do investimento, o empreendimento é muito atrativo, pois em aproximadamente em 4 anos. Considera-se, portanto as constatações feitas, que o empreendimento é técnico, econômico e financeiramente viável.

O estudo de mercado realizado para o caso de implementação da empresa indetificou que há demanda mais que suficiente por parte da população da região e pelos visitantes na cidade. Além disso, não há restrições quanto á oferta de matéria-prima para este projeto, o que permitirá ao empreendimento funcionar o ano todo.

O trabalho visou deixar o roteiro para se implementar um projeto, citando as análises a serem realizadas e o resultados das mesmas. Desta maneira é possível notar o quão é importante o estudo de viabilidade econômica para o início de um projeto de investimento. Assim os investidores podem ver por meio dos dados a validação do projeto. O autor Schumpeter cita o empreendedor como inovador, com este trabalho, a inovação poderá ser feita

com o intuito de durabilidade do investimento, trazendo retorno não apenas ao empreendedor, mas a sociedade da qual ele faz parte. O estudo econômico para se elaborar um projeto percalça também por outras matérias como matemática financeira, estatística, microeconomia. O passo inicial para um investimento bem sucedido nas primeiras etapas, visto que a gestão após a abertura do projeto é essencial para seu desenvolvimento.

Assim, além de retratar a importância das disciplinas na prática, o quanto é importante a elaboração de projetos econômicos e a sua análise de viabilidade, o presente estudo trouxe um exemplo prático com essa temática, de modo a corroborar a importância do tema e trabalho apresentado.

Dessa forma, esperamos ter contribuído para o despertar dos acadêmicos e da sociedade sobre a importância das disciplinas estudadas e dos profissionais da área. E que este trabalho seja complementado por novos estudos no futuro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. São Paulo, Martins Fontes, 2001.
- CASTRO, C. **A prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2006.
- DECCA, E. S. de. **Cidadão, mostre-me a identidade**. Campinas, SP: Caderno CEDES, 2008.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FONSECA, Wilde Dias da (1919-2010). **Santarém: Momentos Históricos**. ICBS – Instituto Cultural Boanerges Sena. Santarém, 2015.
- HOLLANDA, J.G.; REISCHER, R.M.A.; REBELATTO D.A.N.; SILVA FILHO A.C.S. **A Importância da Disciplina Projetos de Investimento na Formação do Engenheiro Civil - Uma Abordagem Prática e Interdisciplinar**. Revista Brasileira de Ensino de Engenharia (RBEE), v.3 n°1 (2018)
- HOLANDA, N. **Planejamento e projetos (uma introdução às técnicas de planejamento e elaboração de projetos)**. Rio de Janeiro: APEC, 1975. Edição: 3.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 maio. 2023
- KOTLER; KELLER. **Administração de Marketing** - 14ª Edição - Pearson Education do Brasil Ltda., São Paulo - SP (2012).
- LONGENECKER, J. MOORE, C. E PETTY, J. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gestão empresarial**. São Paulo, 1998.
- MARTINS, J. S. (1998). **A cidade de Santarém: um estudo sobre a transformação das relações de produção na Amazônia**. São Paulo: Hucitec.
- MATHIAS, W.F & Woiler, S. **Projetos, Planejamento, Elaboração e Análise**. Atlas. São Paulo, 1996.
- MAXIMIANO, A. **Introdução à Administração**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MINTZBERG, H. **Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MOTTA, Regis da Rocha. CALÔBA, Guilherme Marques. **Análise de Investimentos**. São Paulo: Atlas, 2012.

REBELATTO D.A.N.. **Análise Financeira em Projetos - Uma Abordagem Prática e Interdisciplinar** - Editora Intersaberes Ltda., Curitiba - PR (2004).

SAMANEZ, Carlos Patricio. **Engenharia Econômica**. São Paulo: Pearson, 2009.

SANTARÉM, Prefeitura Municipal. **Escola da Economia Solidária – Econsol**. Disponível em: <http://www2.santarem.pa.gov.br/conteudo/?item=104&facd=88&....> Acesso em: 02 jun. 2023.

SANTARÉM, Prefeitura Municipal. **Histórico econômico**. Disponível em: <http://www2.santarem.pa.gov.br/conteudo/?item=190&fa=60&PHPSES>. Acesso em: 02 jun. 2023.

SANTARÉM, Prefeitura Municipal. Lei nº 17.918, de 31 de outubro de 2005. **Dispõe sobre o Plano Plurianual para o período de 2006/2009**.

SANTARÉM, Prefeitura Municipal. Lei nº 18.322, de 20 de outubro de 2009. **Dispõe sobre o Plano Plurianual para o período de 2010/2013 e dá outras providências**.

SANTARÉM, Prefeitura Municipal. Lei nº 19.411, de 16 de dezembro de 2013. **Estabelece o Plano Plurianual do município de Santarém, Estado do Pará, para o período de 2014 a 2017**.

SANTARÉM, Prefeitura Municipal. Lei nº 20.308, de 19 de dezembro de 2017. **Estabelece o Plano Plurianual do município de Santarém, Estado do Pará, para o período de 2018 a 2021**.

SANTARÉM, Prefeitura Municipal. Lei nº 20.534, de 17 de dezembro de 2018. **Institui o Plano Diretor Participativo do Município de Santarém**.

SCHUMPETER, J. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1949.

SEBRAE. **Bares e restaurantes: um setor em expansão**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-emexpansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 22, jun. 2023.

SEBRAE. **Bares e restaurantes: Um setor em expansão**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor->

emexpansao, 1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em 18 de junho de 2023.

SODRÉ, M. **O monopólio da fala – Função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis, Vozes, 1989.

WAGNER, J. HOLLENBECK, J. **Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva**. Edição revista e atualizada São Paulo: Saraiva, 2006.