

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO  
GRANDE DO SUL CAMPUS RESTINGA**

**DALVA REGINA ALVES DA SILVA**

**TCHÊ BAGUAL LTDA.  
FOOD TRUCK**

**Porto Alegre, novembro 2017.**

**DALVA REGINA ALVES DA SILVA**

**TCHÊ BAGUAL LTDA  
FOOD TRUCK**

**Este projeto servirá como requisito parcial à  
conclusão do curso de Gestão Desportiva e de  
Lazer, trabalho sob a orientação do professor,  
Mestre: EDUARDO CRISTELLO.**

**Porto Alegre, novembro 2017.**

**DALVA REGINA ALVES DA SILVA**

**TCHÊ BAGUAL LTDA  
FOOD TRUCK**

**Este projeto servirá como requisito parcial à conclusão do curso de Gestão Desportiva e de Lazer, trabalho sob a orientação do professor, Mestre: EDUARDO CRISTELLO.**

Relatório a provado em: / /

-----  
Professor: Me. MAURO MAISONAVE MELO

-----  
Membro da Banca- Avaliador 1

-----  
Membro da Banca- Avaliador 2

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao Instituto Federal do Rio Grande do Sul – IFRS, Campus Restinga, Instituição de Ensino onde estou cursando o Ensino Superior em Tecnologia de Gestão Desportiva e de Lazer, Direção, Professores e funcionários. Agradeço pela atenção, disponibilidade e colaboração, especialmente nossa Coordenador, Professor Me. Mauro Maisonave Melo, pelo companheirismo e solidariedade.

Agradeço aos familiares pelo entendimento e compreensão por ter me afastado do convívio familiar me dedicando aos estudos. Ao meu Pai Jayminio Ribeiro da Silva, a minha Mãe Nilda Alves da Silva, meus Filhos Luciana Borba Alves e Leonardo Borba Alves.

E por fim, agradeço à Deus pela saúde, paz e proteção.

Obrigada!

## SUMÁRIO

<b>1.INTRODUÇÃO .....</b>	<b>07</b>
<b>2.REVISÃO TEÓRICA .....</b>	<b>09</b>
<b>3.SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>12</b>
<b>3.1 Apresentação da Empresa .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2 Os Produtos e a tecnologia .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3 O Mercado Potencial .....</b>	<b>15</b>
<b>3.4 Elemento de Diferenciação .....</b>	<b>16</b>
<b>4.EMPRESA .....</b>	<b>17</b>
<b>4.1 Forma Jurídica .....</b>	<b>17</b>
<b>4.2 Missão Empresa .....</b>	<b>17</b>
<b>4.3 Valores .....</b>	<b>17</b>
<b>4.4 Fontes e Recursos .....</b>	<b>18</b>
<b>4.5 Leis e Legislação .....</b>	<b>19</b>
<b>5. PLANO DE OPERAÇÕES .....</b>	<b>21</b>
<b>5.1 Administração .....</b>	<b>21</b>
<b>5.2 Produção e Vendas .....</b>	<b>21</b>
<b>5.3 Controle e Qualidade .....</b>	<b>21</b>
<b>5.4 Sistema de Gestão .....</b>	<b>22</b>
<b>6 PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>23</b>
<b>6.1 Ponto .....</b>	<b>23</b>
<b>6.2 Produto .....</b>	<b>23</b>
<b>6.3 Preço .....</b>	<b>26</b>
<b>6.4 Promoção .....</b>	<b>27</b>
<b>6.4.1 Divulgação .....</b>	<b>27</b>
<b>6.5 Estratégias Promocionais .....</b>	<b>27</b>
<b>7. ANALISE DE MERCADO .....</b>	<b>28</b>
<b>7.1 Fatores Internos .....</b>	<b>28</b>
<b>7.2 Fatores Externos.....</b>	<b>28</b>
<b>8. PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>29</b>

<b>8.1 Processo de Atendimento .....</b>	<b>29</b>
<b>9 PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>30</b>
<b>9.1 Investimentos Fixos .....</b>	<b>30</b>
<b>9.2 Estimativa de Faturamento Mensal.....</b>	<b>31</b>
<b>9.3 Estimativa de Custos Fixos .....</b>	<b>32</b>
<b>9.4 Estrutura Gerencial de Resultados .....</b>	<b>33</b>
<b>9.5 Indicadores Financeiros .....</b>	<b>35</b>
<b>9.6 Prazos e Estoques .....</b>	<b>37</b>
<b>9.7 Custos com Mão de Obra .....</b>	<b>38</b>
<b>9.8 Tributação .....</b>	<b>38</b>
<b>9.9 Sazonalidade .....</b>	<b>38</b>
<b>BALANÇO PATRIMONIAL .....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>45</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>47</b>
<b><u>TABELAS</u></b>	
<b>01 Investimentos .....</b>	<b>31</b>
<b>02 Investimentos Fixos .....</b>	<b>32</b>
<b>03 Faturamento Mensal .....</b>	<b>33</b>
<b>04 Custos Fixos .....</b>	<b>33</b>
<b>05 Estrutura Gerencial de Resultado .....</b>	<b>34</b>
<b>06 Indicadores Financeiros .....</b>	<b>35</b>
<b>07 Prazos e Estoques .....</b>	<b>37</b>
<b>07,08, 09, 10,e 11 Sazonalidades .....</b>	<b>39</b>
<b><u>FIGURAS</u></b>	
<b>Figura 01 Fluxograma de Produção .....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 02 Carreteiro .....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 03 Feijão Mexido .....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 04 Salada Verde .....</b>	<b>26</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo Dornelas (2005, p.98) “plano de negócio é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa”. O plano de negócios é um documento que indica ao empreendedor que o empreendimento proposto possui alto potencial de sucesso, mas também pode evidenciar que o empreendimento é irreal.

Para Baron e Shane (2007), o plano de negócios é muito mais que um documento projetado para persuadir pessoas céticas a investir em um novo empreendimento. É também um guia detalhado para conversão de ideias e de visão em um negócio real e em funcionamento.

O Objetivo deste Plano de Negócios é construir, propor e analisar a criação de um *Food Truck* com o nome de “Tchê Bagual”, para a comercialização de comida gaúcha tradicional da campanha, com a finalidade de atender eventos, e lugares com grande concentração de pessoas. A estrutura será simples e de acordo com os padrões modernos de racionalização. *Food Truck*, (traduzido do inglês, “Caminhão de comida”) termo que foi importado dos Estados Unidos, como maneira de comercialização de alimentos na rua. A história do *Food Truck* começou por volta de 1860, com Charles Goodnight, que transportava alimentos e utensílios em caminhões militares. Em 2013, começaram a chegar: Vans, Kombi, *Trailers*, e Furgões adaptados, recheados de novidades ao paladar dos brasileiros. Os *Food Trucks* tomaram conta das ruas e praças das principais cidades do país e criaram um novo mercado para empreendedores que trabalham com alimentação, onde a praticidade é de andar em todos os cantos com a gastronomia como forma de negócio.

O propósito é ocupar este nicho do mercado com o sistema *Trailer*, especializado em comida gaúcha. Pensamos em construir uma empresa com esta finalidade apoiada em dois empreendedores com participação e funções definidas dentro da empresa.

Forma de alimentação fora do lar a preço e qualidade dos produtos super acessíveis. Tempo do atendimento e preparo o mais rápido possível com ingredientes de ótima qualidade e atendimento diferenciado.

A ideia de montar um negócio baseado no sistema *Trailer* de alimentos nasceu da necessidade de atender os aficionados pela comida Tradicional Gaúcha da campanha, onde basicamente a divulgação e o consumo parecem recair especialmente sobre o tradicional “Churrasco Gaúcho”.

É sabido que a nossa culinária é muito mais que o churrasco, tem a contribuição indígena, negros, e imigrantes europeus de várias etnias.

Esta maravilhosa miscigenação compõe hoje um acervo culinário riquíssimo em suas especificidades.



## 2. REVISÃO TEÓRICA

Este capítulo fará uma breve abordagem sobre empreendedores, com visão na implantação de Negócios, não só tendo como finalidade o lucro, mas também a satisfação do Cliente. Atualmente, empreendedorismo vem sendo objeto de pesquisa de muitos estudiosos que procuram entender a complexidade desse fenômeno. Hisrich e Peters (2004) citam o empreendedorismo como o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforços necessários para sua realização. O ato de empreender, no país, é fenômeno relativamente recente, óbvio que sempre houve quem tomasse riscos para iniciar algo novo, mas a prática só se dissemina por aqui a partir dos anos 90, durante o período de abertura econômica com moeda estável, onde tudo ficava mais fácil de abrir um negócio e projetar crescimento.

O Empreendedorismo segundo Chiavenato (2007, p.5) tem origem na reflexão dos pensadores econômicos do século XVIII e XIX, conhecidos defensores do liberalismo econômico, que defendem a ação da economia refletida pelas forças livres de mercado e da concorrência.

Em **A ética protestante e o espírito do capitalismo**, Weber aborda o empreendedor e faz duas contribuições para o entendimento do empreendedorismo: primeiro, ele observa a mudança decisiva ocorrida na atitude em direção ao empreendedorismo que toma lugar depois da Reforma no mundo ocidental. Em segundo, Weber analisa como a orientação da religião ajudou a desenvolver uma atitude positiva em direção à forma de “ganhar dinheiro” e ao trabalho, o que facilitou a mudança geral de atitude em direção ao empreendedorismo. (CHIAVENATO, 2007, p. 6)

Já para Dolabela, (2002) o termo empreendedorismo tem sentido amplo. Considerado uma forma de ser, e não de fazer, estando incluídos nesse conceito, por exemplo, o empregado-empendedor, o pesquisador-empendedor, o empendedor comunitário, o funcionário público empendedor, e assim por diante. Para isto, desenvolve metodologias de ensino de empreendedorismo para serem utilizadas em todos os segmentos do ensino formal, da educação infantil à universidade, abrangendo todas as idades a partir de quatro anos. Sendo um fenômeno cultural, o empreendedorismo exige soluções

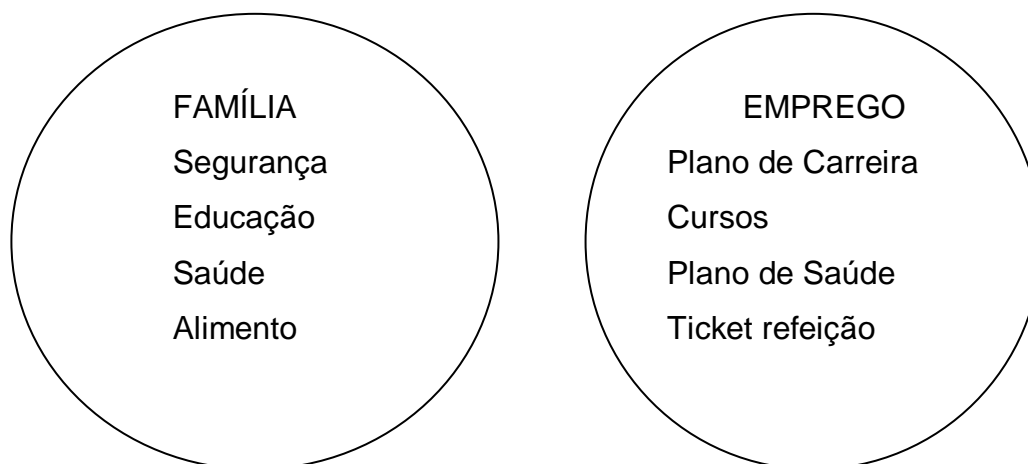
que tenham a nossa cara, o jeito, o sistema de valores, a forma brasileira de ver o mundo. Para os empreendedores a empresa é a razão da vida deles, sentem-se comprometidos e responsáveis pelos negócios que estão à sua frente. Obviamente que os empreendedores são mais envolvidos afetivamente com suas empresas, além de terem muita importância para eles, tais como força de vontade em exercer as atividades, entusiasmo e motivação para gerir os negócios. O modo conforme enxergam as oportunidades mostra diferenças, onde geralmente os empreendedores usam mais a intuição. Comprometimento, desafio de vencer se sobrepõe às dificuldades baseadas em percepções pessoais e também a busca do lucro como objetivo e finalidade. A motivação para os empreendedores está mais relacionada com o trabalho e os resultados que eles trazem para seu negócio. Coube a Drucker (2002, p.45) qualificar os empreendedores como pessoas que inovam. Para ele:

[...] a mudança sempre proporciona a oportunidade para o novo e o diferente. A inovação sistemática, portanto, consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica ou social.

Um dos maiores benefícios para a economia é o chamado empreendedor de auto impacto, que são empreendedores que crescem no período de três anos. Esse tipo de empresa é responsável por novos postos de trabalho, isso eleva a economia para um novo estágio de desenvolvimento. Os números apontam para um futuro melhor no que se trata de empreendedorismo, porém é importante lembrar que também existem muitos casos de empreendedores que não dão certo, muitas vezes por iniciarem um negócio sem a experiência e planejamento, isto por falta de conhecimento do setor, sem deixar de mencionar a falta de conhecimento das questões tributárias etc. Atualmente, há incertezas, onde as dúvidas pairam no ar, surgem indagações em como seguir, o melhor caminho, a criatividade, perseverança ou determinação. Farrel (1993) corrobora ao explicar que há diferentes tipos de liberdade, como a liberdade para agir, errar, tentar, escolher e arriscar, como um importante conjunto para que os anseios do empreendedor

possam abandonar a subjetividade e ganhar a realidade da economia. Ser empreendedor é estar sempre buscando coisas novas para fazer, ou ainda novas maneiras de fazer as mesmas coisas.

Conforme Glauco Cavalcante (2009) estabelece nas figuras abaixo.



**O EMPREENDEDOR:** São visionários, sabem explorar as oportunidades, são criativos, sabem tomar decisões, são determinados e dinâmicos, e apaixonados pelo que fazem, são planejadores, assumem riscos calculados, e criam valor para a sociedade na geração de empregos, dinamizam a economia, inovam e procuram melhorar a vida das pessoas através de seus produtos.

**SÍNDROME DO EMPREGO:** São dependentes, precisam de supervisão, tem uma visão restrita, são pouco criativos, oportunistas, são acomodados, medrosos, estudam pouco, não se atualizando, detestam tomar decisões e não planejam, vivem o aqui e não o agora, não pensam no futuro, seu único planejamento é atender a chefia no curto prazo.

O capital humano e empreendedorismo como valores sociais, de Osvaldo López-Ruiz, vem explicitar características da sociedade contemporânea e, na medida em que refaz o percurso de diversas transformações no modo de pensar a economia e a sociedade.

### 3.SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Plano de Negócios tem como objetivo apresentar os estudos e análises de viabilidade da criação de um *Food Truck*. O retorno do investimento, pelo fato da venda ser à vista, é muito rápido, conforme demonstraremos em nossas planilhas e sazonalidades.

A estrutura da empresa será simples de acordo com os padrões modernos de racionalização, preservando o meio ambiente e utilizando todas as técnicas de montagem de um *Food Truck*.

Haverá um público novo a cada dia pelo fato de sermos um comércio itinerante.

A exploração deste universo culinário é um belíssimo campo de ação para uma empresa de alimentação no sistema *Trailer*.

A clientela alvo serão pessoas apaixonadas pela comida campeira gaúcha de todas as idades, que será abastecida com a nossa caminhonete itinerante.

### **3.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA E SEUS RESPONSÁVEIS**

O Capital Social da Empresa, Tchê Bagual Ltda. será de R\$ 40.000,00 (QUARENTA MIL REAIS), sendo distribuído da seguinte forma:

Antonio Carlos Gonçalves da Costa, R\$ 20.000,00 (VINTE MIL REAIS) com as atribuições de supervisionar o atendimento aos clientes, sendo a sua participação de 50% do capital social da empresa.

Dalva Regina Alves da Silva, R\$ 20.000,00 (VINTE MIL REAIS) com as atribuições de ajudar no preparo dos pratos, das comidas tradicionais gaúchas, sendo a sua participação de 50% do capital social da empresa.

### 3.2 Os produtos e a Tecnologia

#### A ORIGEM DO CARRETEIRO

A origem do arroz de carreteiro faz parte da história do Rio Grande do Sul. O arroz de carreteiro nasceu da necessidade que os carreteiros que atravessavam o Sul do Brasil precisavam de alimentação prática e rápida de fácil elaboração e bastante nutritiva para repor as energias. Cozido em panela de ferro, o charque picado e arroz. A receita surgiu quando mercadores ambulantes atravessavam a região em carretas puxadas por bois. O carreteiro valia-se muito da carne de sol em seu cardápio, que no sul do país é conhecido como charque, pois além de abundante se mantinha conservada durante muitos dias das viagens.

O arroz de carreteiro é tão típico quanto o churrasco. A origem do carreteiro é simples como o seu preparo. Os peões que levavam as tropas de gado usavam o charque (carne salgada) em suas idas e vindas como alimento não perecível, juntamente com arroz abundante e preparavam essa refeição tradicional. O gado vinha do interior para as charqueadas que ficava a beira do arroio de Pelotas, onde eram abatidos e salgados, para então serem transportados em navios que saiam do porto de Rio Grande, para norte do país e Europa. A simplicidade no preparo é a tônica principal. Sem muitos temperos para não descaracterizar.

O prato principal será o Arroz de Carreteiro e terá como acompanhamento o feijão mexido, e uma salada verde, composta de rúcula ou alface, conforme gosto do cliente.

A tecnologia empregada para conservação a elaboração dos pratos contará com equipamentos adaptados a camionete tais como: fogão, geladeira, panelas, copos, pratos e talheres, instalações hidráulicas e de gás, bem como espaço com mesas e cadeiras onde o cliente poderá consumir o produto.

### 3.3 O Mercado Potencial

O empreendimento tem a possibilidade de se solidificar e evoluir dentro do mercado de “*Food Truck*”, um modelo novo de comercialização de alimentos no Brasil, tendo despontado em maior ritmo no ano de 2014.

O endereço para correspondência, e registros nos órgãos oficiais será na Rua, Vicente da Fontoura 1300, Porto Alegre, RS.

O intuito do negócio é de atender eventos, e lugares com grande concentração de pessoas com uma estrutura simples e de acordo com os padrões modernos de racionalização de espaço. A intenção deste plano de negócios é consolidar a marca e tornar fiel o público consumidor. O objetivo é fornecer uma alimentação nutritiva, saborosa e com preços acessíveis.

Os concorrentes serão os demais *Trailers* que servirem alimentos na cidade, como: os de cachorro quente, espetinhos ambulantes e estabelecimentos comerciais da região.

### **3.4 Elementos de Diferenciação**

Um dos principais diferenciais do produto a ser fabricado pelo *Food Truck* é sua forma de comercialização, levando o nosso produto de encontro do consumidor.

Com produtos selecionados, faremos a diferença na qualidade de nossos pratos de carreteiro e feijão mexido, servidos aos nossos clientes. Padronizar as receitas com fichas técnicas de produção e controle no processo de preparação dos alimentos. O planejamento da cozinha será segundo as regras existentes assim como: a conservação dos alimentos refrigerados e as boas práticas de fabricação e manutenção preventiva e programada garantindo o correto funcionamento do *Food Truck*.

Usaremos a estratégia de buscar parcerias com empresas, estádios de futebol que organizam festas, eventos, e similares, bem com bares noturnos, que possibilitem a colocação nosso "*Food Truck*",



## **4.EMPRESA**

O *Trailer Tchê Bagual Ltda*, é uma empresa de Alimentação de comidas tradicionais gaúchas de atendimento rápido, para pessoas que se alimentam fora de casa, que gostam de comida campeira podendo também serem freqüentadores de atividades noturnas em nosso Estado.

### **4.1 Forma Jurídica**

Empresa de responsabilidade Limitada ao valor do Capital Social de R\$40.000,00 (QUARENTA MIL REAIS) distribuído entre os sócios em partes iguais de 50% para cada sócio, representado pelo valor de R\$ 20.000,00 ( VINTE MIL REAIS) para cada um.

### **4.2 Missão da Empresa**

Nossa missão é fornecer uma alimentação de qualidade, com os preços compatíveis de forma rápida e com as características da culinária gaúcha em um ambiente acolhedor.

### **4.3 Valores**

.

Os valores que orientam o nosso empreendimento são:

- Qualidade: Prezar pela qualidade dos produtos oferecidos;
- Sociedade: Fomento da cultura gastronômica tradicional gaúcha e da sociedade em geral;
- Colaboradores: Valorização dos colaboradores;
- Meio Ambiente: Prezar pela limpeza e conservação e sustentabilidade;
- Cliente: Assegurar satisfação aos clientes pelo atendimento e qualidade da alimentação;
- Ética: Primar pelas boas práticas de fabricação e ética comercial.

#### **4.4 Fontes de Recursos**

O capital social da empresa será integralizado pelos dois sócios no ato da elaboração do Contrato Social, em moeda corrente Nacional. O valor de R\$ 40.000,00 (QUARENTA MIL REAIS), será dividido em quotas de R\$ 1,00 (HUM REAL), cada quota, perfazendo um total de 40.000 ( QUARENTA MIL) quotas de Capital que serão divididas entre os dois sócios, em partes iguais de 50% para cada sócio no total de 20,000 quotas no valor de R\$ 20.000,00 (VINTE MIL REAIS) para cada um dos sócios, Antonio Carlos Costa e Dalva Regina Alves da Silva, perfazendo um total de 40.000 ( QUARENTA MIL) quotas de R\$ 1,00 ( Hum real ) cada quota no valor total de 40.000,00 ( QUARENTA MIL REAIS). O capital é próprio de cada sócio. Estes valores serão distribuídos entre o ativo e o (capital de giro, caminhonete e estoque).

#### 4.5 Leis e Legislação

A elaboração do Contrato Social e encaminhamento na Junta Comercial do Rio Grande do Sul;

Solicitação do Alvará Municipal, SMIC, vigilância sanitária;

Licenças estaduais, secretaria da saúde, e exames de saúde.

DETRAN, legalização do *Food Truck*, Carteira de habilitação para o sócio que conduzirá o mesmo. Para o *Food Truck* funcionar é necessário entrar em processo na SMIC, (Secretaria Municipal da Indústria e Comércio) para expedição do alvará tal como qualquer outro pedido para abertura de comércio alimentício ambulante. Também realiza curso de boas práticas, com pelo menos um, dos responsáveis pela manipulação dos alimentos conforme orientação da Vigilância Sanitária. O curso tem duração de 16h, onde indica escolas conveniadas e com tempo de validade do curso por três anos, também oferece certificado pelas práticas e participação do curso. A secretaria SMIC, vistoria o *Food Truck*, se está no padrão exigido e assim ter o direito e a liberdade de participar de eventos em geral. Há também a Associação Porto Alegrense de *Food Truck*, APOAFT, com a finalidade de auxiliar na regularização e viabilização de qualquer tipo de comércio ambulante de alimentícios, sob a Lei Municipal Nº 10.605/08.

## **5. PLANO DE OPERAÇÕES**

### **5.1 Administração**

Quanto à administração da Empresa será feita pelo sócio Antonio Carlos Gonçalves Costa. Quanto ao preparo dos alimentos ficará a cargo da sócia Dalva Regina Alves da Silva, que terá uma ajudante em dias de grande movimento. A centralização de funções no início das operações, além de ter em vista a redução do custo operacional, permitirá que a gerência adquira experiência de gestão e se prepare para o crescimento da empresa.

### **5.2 Produção e Vendas**

Os produtos serão comercializados na caminhonete “Tchê Bagual”, que será estacionada junto ao evento em que for fazer o atendimento. Quanto ao feijão mexido levaremos pré-pronto, sendo a finalização no local do evento. O arroz será cozido no local do evento junto com o charque pré-cozido.

A previsão de atendimento será de 40 (quarenta) refeições por noite, sendo cerca de 400g em média a porção e com uma capacidade máxima de mais 25% de atendimento eventualmente. Através da comanda com o número e nome do cliente, haverá uma chamada anunciando a entrega do prato servido conforme pedido no balcão do *trailer*. Consultado o cardápio, o cliente escolhe qual bebida pretende tomar. Como os pratos estão pré-prontos os prazos de entrega são de três a cinco minutos. Anunciaremos, ainda, o atendimento dos pedidos dos estabelecimentos de eventos, clubes e bares noturnos.

### **5.3 Controle de Qualidade**

Os produtos serão fabricados sob as normas de higiene e apresentação, com pratos, talheres e copos esterilizados.

A comunidade, além disso, exigirá produtos cada vez mais saborosos e ao mesmo tempo manteremos:

-Controle de situações de risco ao meio ambiente;

- Atenção aos prazos de validade;
- Cumprimento da legislação em vigor;
- Pesquisa de satisfação dos clientes;
- Cumprimento da legislação vigente.

#### **5.4 Sistemas de Gestão**

O “Tchê Bagual Ltda,” terá um sistema de gestão abrangente, buscando tornar a gestão eficaz por meio de tomadas de decisões rápidas, eliminando qualquer morosidade.

Manteremos um controle através da informação nas áreas contábeis, principalmente no controle de contas a pagar, impostos, fornecedores. Não esquecendo que nossos produtos são perecíveis não permitindo uma grande quantidade de estocagem, tornando-se necessária uma eficiente gestão de estoque, a fim de evitar perdas e danos.

Futuramente buscar-se-á a possibilidade de adquirir um software de gestão a fim de agilizarmos o processo decisório.

## **6. PLANO DE MARKETING**

No Plano de Marketing serão avaliados: o mercado, as exigências, gosto, e o perfil dos clientes. E também analisadas as oportunidades, ameaças e por outro lado as forças e fraquezas diante deste empreendimento.

### **6.1 Ponto**

O ponto de vendas de refeições no sistema trailer envolve basicamente o oferecimento de alimento/refeição em *Food Truck*, que se coloca em locais de grande concentração de usuários ou clientes e até mesmo em locais previamente destinados a concentração de trailers em eventos.

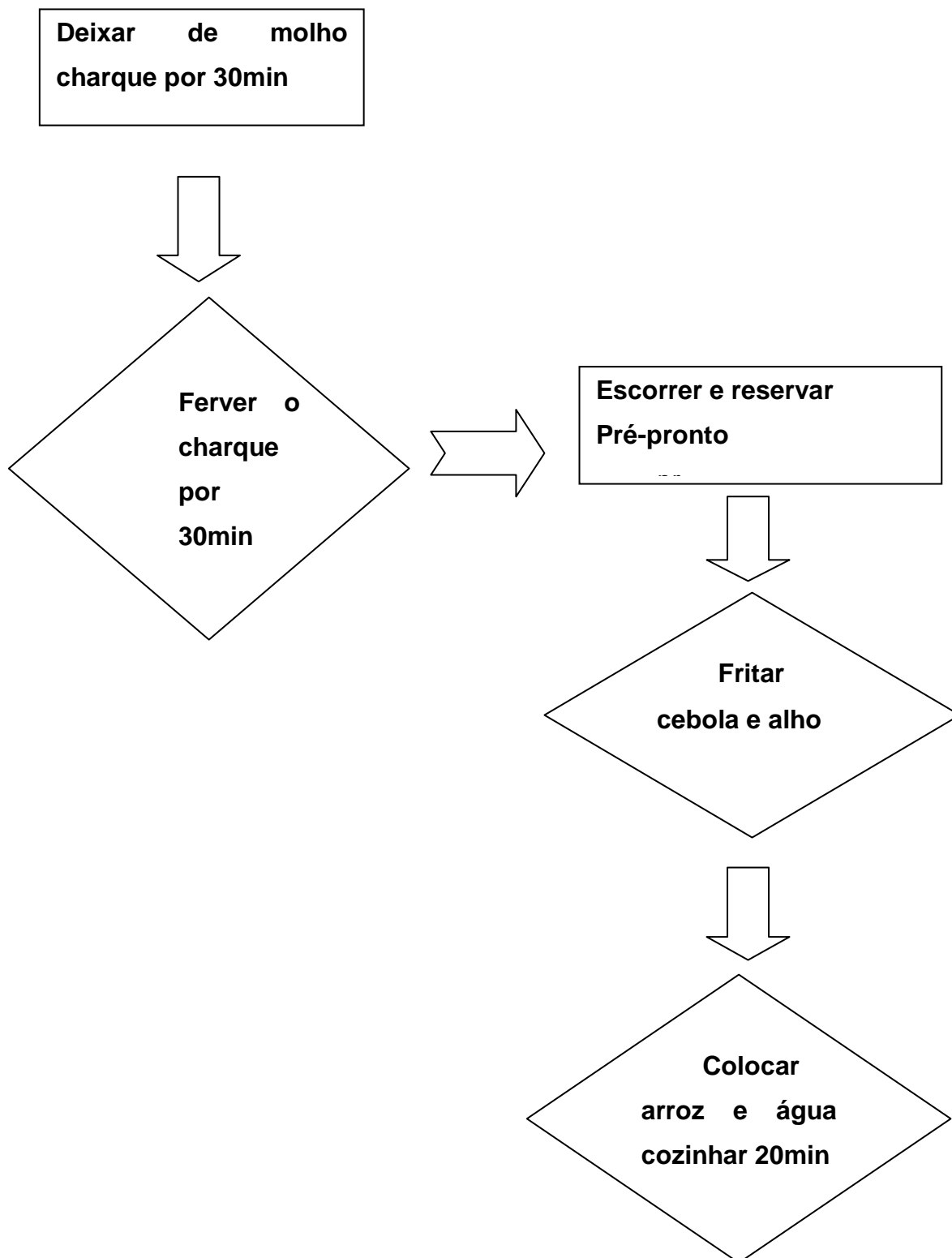
### **6.2 Produto**

As refeições serão no sistema de prato feito. Serão colocados cardápios previamente impressos com descrição foto e preço dos alimentos servidos. Estarão expostos talheres apropriados, kit com temperos adequados, guardanapos e palito.

Os pratos: carreteiro de charque, feijão mexido e também, refrigerantes, cervejas em latas e água, servidas em mesas próprias em torno de seis mesas com quatro cadeiras cada uma. O cliente também pode optar por levar o alimento para ser consumido onde ele preferir, neste caso o alimento terá uma embalagem especial de viagem.

### 6.3 FLUXOGRAMA DE PRODUÇÃO

Figura nº1





**Figura nº2**



Arroz de Carreiro

**Figura nº 3**



Feijão Mexido



Salada de agrião e alface

**Figura nº4**

### **6.3 Preço**

O preço dos pratos catalogados será de R\$ 15,00 (quinze reais), cada um. O valor da cerveja de qualquer marca, sempre na apresentação de lata de 350 ml ao valor R\$ 5,00 (cinco reais), cada lata.

O valor do refrigerante em lata 350 ml será de R\$ 3,50 (três reais e cinquenta centavos) cada lata.

\*Bebidas alcoólicas, mediante autorização específica dependendo do local do evento.

A definição do preço está baseada nos custos tendo como base o preço praticado pelos concorrentes próximos, sendo que o mesmo pode variar conforme o local em que o evento estiver ocorrendo. O preço será mais acessível conforme o local onde o *Food Truck* estiver instalado de forma a buscar uma maior penetração no mercado.

## **6.4 Promoção**

### **6.4.1 Divulgação**

Será criada uma página nas redes sociais onde serão divulgados os locais e eventos onde estaremos participando e também às promoções que estarão sendo feitas.

Serão utilizadas outras ferramentas de mídias sociais tais como: *whatsapp*, *facebook*, *instagram* onde disponibilizaremos as informações sobre a localização dos eventos e promoções.

### **6.4.2 Estratégias Promocionais**

No momento em que os eventos estiverem ocorrendo nas duas últimas horas antes do encerramento, as refeições terão um desconto de 15% (para evitar o desperdício da comida).

Outra estratégia a ser utilizada é a promoção dos aniversariantes de cada dia da semana, cujo aquele que estiver acompanhado por mais três clientes, terá sua refeição servida gratuitamente.

## **7. ANÁLISE DE MERCADO**

### **7.1 Fatores Internos**

#### **a) Forças**

O atendimento será feito pelo sócio;

O preço dos pratos com um valor de venda competitivo;

Restaurante sobre quatro rodas onde estará nos lugares com grande concentração de pessoas e dentre elas os aficionados pela comida campeira gaúcha.

#### **b) Fraquezas**

Falta de experiência anterior no ramo;

As fraquezas serão subtraídas pelo atendimento aos clientes e gerenciamento no processo de produção, desde a limpeza o bom relacionamento como os fornecedores e concorrentes.

### **7.2 Fatores Externos**

#### **a) Oportunidades**

Aumento crescente da demanda para este tipo de mercado *Food Truck*;

Mesmo na crise o povo precisa de alimentação;

Custo de manutenção elevado.

#### **b) Ameaças**

Impostos elevados, exigências legais rigorosas;

Insegurança e violência na região;

Problemas climáticos.

## **8. PLANO OPERACIONAL**

### **8.1 Processo de Atendimento**

O cliente fará sua escolha do que irá beber. O prato é único, carreteiro de charque com feijão mexido e saladas.

O prato escolhido será entregue no balcão ou na mesa do cliente, junto com os complementos do pedido.

O número previsto de pessoas que trabalharão será um total de duas. Os dois sócios.

Nossa previsão de atendimento é de 40 (Quarenta) refeições por noite com capacidade máxima de mais 25% de atendimento eventualmente.

Como o charque já vem pré-cozido, em torno de quarenta minutos o carreteiro estará pronto para servir ao cliente. As porções em torno de 400 gramas serão servidas com salada de agrião e alface.

Os registros das operações de vendas serão operados todos por equipamentos eletrônicos. Aceitaremos todos os tipos de cartões de débito e crédito, e logicamente a moeda corrente nacional.

O horário de funcionamento será das 19h até 2h da madrugada.

## **9. PLANO FINANCEIRO**

O plano financeiro dará a estimativa de investimentos fixos, financeiros e pré operacionais valores estes que serão cobertos pelo Patrimônio Líquido do *Food Truck*.

### **9.1 INVESTIMENTOS FIXOS**

Neste quadro estimamos um total de recursos que deve ser disponibilizado e que possibilitará o início do negócio como:

- a) aquisição da caminhonete que virá com cozinha montada e equipada com os utensílios domésticos;
- b) máquina registradora e de cartão.

**Tabela nº 1**

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>		
<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>VALOR R\$</b>	<b>%*</b>
<b>Construções</b>	-	4,0%
<b>Máquinas e Equipamentos</b>	<b>2.163,92</b>	10,0%
3 Conjuntos de mesa com seis cadeiras cada R\$ 164,00	492,00	
3 Pannelas de Ferro R\$ 164,89	494,67	
1 Jogo de panelas inox	364,86	
3 jogos de talheres com 48 peças cada	239,97	
2 Jogos de Facas para carne	119,98	
1 liquidificador	138,89	
1 Chaleira Inox	138,55	
5 jogos de copos R\$ 35,00	175,00	
<b>Móveis e Utensílios</b>	<b>1.378,80</b>	10,0%
Maquina Registradora	1.020,00	
Máquina para cartões	358,80	
<b>Computadores</b>	-	20,0%
<b>Taxa de Franquia</b>	-	0,0%
<b>Veículos</b>	<b>23.000,00</b>	20,0%
Caminhonete equipada	23.000,00	
<b>Outros</b>	-	0,0%
<b>Total Investimento Fixo</b>	<b>26.542,72</b>	<b>412,86</b>

\* - Percentual de depreciação por grupo.

## 9.2 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL

O planejamento e meta de faturamento mensal da Empresa, com o carreteiro de charque, feijão mexido, salada verde, água, refrigerante e cerveja é de: R\$ 25.080,00(Vinte e cinco mil e oitenta reais).

Tabela nº2

**ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL**

TOTAIS		<b>Custo Direto</b>	<b>Faturamento</b>	<b>% do Faturamento</b>
	<b>Produtos</b>	12.200,10	25.080,00	100,0%
	<b>Serviços</b>	-	-	0,0%
	<b>Total</b>	12.200,10	25.080,00	

**PRODUTOS**

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Carreiro de Charque	660	7,23	4.771,80	15,00	9.900,00
Feijão mexido	660	7,33	4.837,80	15,00	9.900,00
Cerveja lata	660	2,30	1.518,00	5,00	3.300,00
Refrigerante lata	330	2,15	709,50	3,50	1.155,00
Água garrafinha	330	1,10	363,00	2,50	825,00
	<b>CMV</b>	12.200,10	<b>TOTAL DE PRODUTOS</b>		25.080,00

**9.3 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS**

Para um bom funcionamento a Empresa tem ainda um custo fixo mensal, de água, energia elétrica e telefone. A escrituração e pagamento dos impostos ficarão aos cuidados de um contador responsável com honorários mensais. Ainda para manter higienizados os equipamentos teremos uma despesa de material de limpeza. A Empresa terá um custo fixo de taxas de depreciação de equipamentos e retirada de pró-labore dos sócios entre outras despesas. As despesas de veículo como a gasolina, óleo e filtros. Outra despesa significativa será o gás para o cozimento dos alimentos.



### Tabela nº3

#### CUSTOS FIXOS

Discriminação	Valor R\$
Mão-de-Obra + Encargos	-
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.330,00
Água	176,00
Luz	
Telefone	120,00
Contador	200,00
Despesas com Veículos	680,00
Material de Expediente e Consumo	120,00
Aluguel	
Seguros	150,00
Propaganda e Publicidade	220,00
Depreciação Mensal	412,86
Manutenção	
Condomínio	
Despesas de Viagem	
Serviços de Terceiros	
Ônibus, Táxis e Selos	
<b>Outros</b>	350,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.758,86</b>

#### 9.4 ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS

Teremos nesta planilha o resultado líquido financeiro mensal.

**Tabela nº 4**

<b>ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS</b>				
<b>DISCRIMINAÇÃO</b>		<b>VALOR R\$</b>		<b>%</b>
<b>1. Receita Total</b>		<b>25.080,00</b>		<b>100,00%</b>
Vendas (à vista)		25.080,00		100,00%
Vendas (a prazo)		0,00		0,00%
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>		<b>12.576,30</b>		<b>50,14%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)		12.200,10		48,64%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	0,00%	0,00		0,00%
Impostos Estaduais (ICMS)				
Imposto Municipal (ISS)				
Previsão de Inadimplência		1,50 %	376, 20	1,50%
<u>Comissões</u>		0,00		0,00%
<u>Cartões de Crédito e Débito</u>		0,00		0,00%
<u>Outros Custos Variáveis</u>		0,00		0,00%
<b>3. Margem de Contribuição</b>		<b>12.503,70</b>		<b>49,86%</b>
<b>4. Custos Fixos Totais</b>		<b>5.758,86</b>		<b>22,96%</b>
Mão-de-Obra + Encargos		0,00		0,00%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)		3.330,00		13,28%
Água		176,00		0,70%
Luz		0,00		0,00%
Telefone		120,00		0,48%
Contador		200,00		0,80%
Despesas com Veículos		680,00		2,71%
Material de Expediente e Consumo		120,00		0,48%
Aluguel		0,00		0,00%
Seguros		150,00		0,60%
Propaganda e Publicidade		220,00		0,88%
Depreciação Mensal		412,86		1,65%
Manutenção		0,00		0,00%
Condomínio		0,00		0,00%
Despesas de Viagem		0,00		0,00%
Serviços de Terceiros		0,00		0,00%
Ônibus, Táxis e Selos		0,00		0,00%
<u>Outros Custos Fixos</u>		350,00		1,40%
<b>5. Resultado Operacional</b>		<b>6.744,84</b>		<b>26,89%</b>
<b>6. Investimentos</b>		<b>0,00</b>		<b>0,00%</b>
Financiamento		0,00		0,00%
<b>7. Imposto Renda Pessoa Jurídica e Contribuição Social (Presumido/Real)</b>		<b>0,00</b>		<b>0,00%</b>
Imposto de Renda Pessoa Jurídica - IRPJ		0,00		0,00%
Contribuição Social - CS		0,00		0,00%
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>		<b>6.744,84</b>		<b>26,89%</b>

## 9.5 INDICADORES FINANCEIROS

Nesta planilha demonstraremos os valores de investimento e capital de giro. Tabelas com explicação desde a formação do Estoque, lucratividade, retorno do investimento, taxa mínima de atratividade, capital de giro, ponto de equilíbrio mensal e ainda, a análise e sensibilidade para usarmos conforme o cenário econômico.

### Tabelas que compõem o nº 5

#### INDICADORES FINANCEIROS

Recursos Necessários	
Investimento	29.542,72
Capital de Giro	10.022,40
<b>Total</b>	<b>39.565,12</b>
Financiamento	-
Capital Próprio	39.565,12

Resumo Financeiro		
Faturamento	25.080,00	
Custos Variáveis	12.576,30	50,14%
Custos Fixos	5.758,86	22,96%
Investimentos	-	0,00%
Resultado	6.744,84	26,89%

#### Estoques e Disponibilidade de Cap

Prazo Médio de Recebimento	0
Rotação do Estoque	2,99 dias

Necessidade de Capital de Giro	
Ciclo Financeiro	7.022,40
Saldo das contas do Balanço	3.000,00

<b>Margem de Contribuição</b>	49,86%
-------------------------------	--------

<b>Lucratividade</b>	
Operacional	26,89%
Resultado Final	26,89%

<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	17,05%
Resultado Final	17,05%

<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	12 meses
Resultado Final	12 meses

<b>Endividamento Geral</b>	
Grau de Endividamento	0,00%

<b>Taxa de Retorno</b>	
<b>TMA</b> - Taxa Mínima de Atratividade	<b>11,25%</b>
<b>TIR</b> - Taxa Interna de Retorno	25,48%
<b>VPL</b> - Valor Presente Líquido	241.108,07

## Análise e Sensibilidade

<b>Acréscimo no Preço</b>		<b>10,0%</b>
Receita		27.588,00
Custo Variável		12.613,92
Custo Fixo		5.758,86
Investimentos		-
Resultado		9.215,22

<b>Acréscimo nas Vendas</b>		<b>10,0%</b>
Receita		27.588,00
Custo Variável		13.833,93
Custo Fixo		5.758,86
Investimentos		-
Resultado		7.995,21

<b>Redução no Custo da Mercadoria</b>		<b>10,0%</b>
Receita		25.080,00
Custo Variável		11.356,29
Custo Fixo		5.758,86
Investimentos		-
Resultado		7.964,85

<b>Redução no Custo Fixo</b>		<b>10,0%</b>
Receita		25.080,00
Custo Variável		12.576,30
Custo Fixo		5.182,97
Investimentos		-
Resultado		7.320,73

## 9.6 Prazos e Estoques

A política de vendas será sempre à vista, pois a Empresa é itinerante, dificultando a cobrança. Para isto serão usadas as máquinas de cartões e também a venda à vista.

Os estoques serão mantidos em níveis baixos por se tratar de produtos perecíveis.

**Tabela nº 6**

<b>PRAZOS E ESTOQUES</b>		
<b>POLÍTICA DE VENDA</b>		
<b>Prazo médio de venda das mercadorias</b>	<b>%</b>	<b>Dias</b>
Venda à Vista	100,00	-
Venda a Prazo		
	<b>Prazo Médio</b>	<b>0</b>
Este quadro apresenta a divisão das vendas à vista e a prazo em relação às vendas totais.		
<b>POLÍTICA DE COMPRA</b>		
<b>Prazo médio de compras</b>	<b>%</b>	<b>Dias</b>
À Vista	100,00	-
A Prazo		
	<b>Prazo Médio</b>	<b>0</b>
Este quadro apresenta a divisão das compras à vista e a prazo em relação às compras totais.		
<b>POLÍTICA DE ESTOQUE</b>		<b>Dias</b>
<b>Necessidade média de estoques</b>		<b>7</b>
Este quadro define qual deve ser o estoque mínimo necessário em dias.		
<b>ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL</b>		<b>R\$</b>
<b>Estoque Inicial</b>		<b>3.000,00</b>

## **9.7 CUSTOS COM MÃO DE OBRA**

No início das operações da Empresa não contrataremos mão de obra. O atendimento ao público e o preparo dos alimentos será feito pelos sócios.

## **9.8 TRIBUTAÇÃO**

Nossa forma de tributação será pelo regime Simples, onde nos enquadraremos inicialmente como uma Pequena Empresa, conforme Lei Complementar 139/2011 na Tabela I – Partilha do Simples Nacional- Comércio, de conformidade com o nosso Faturamento anual previsível, que nos enquadrará na alíquota de 5,47% de recolhimento mensal sobre a Receita Bruta Mensal.

## **9.9 SAZONALIDADE**

Estas Planilhas nos mostrarão o crescimento ou não do faturamento mensal, da variação de custos variáveis total, a margem de contribuição, o resultado Líquido e o acumulado nos 12 (dose) meses.

Com todos estes dados podemos ter de imediato o tempo de retorno do nosso investimento.

**Tabela Nº 7 SAZONALIDADE PRIMEIRO ANO**

	nov / 17	dez / 17	jan / 18	fev / 18	mar / 18	abr / 18	mai / 18	jun / 18	jul / 18	ago / 18	set / 18	out / 18
<b>Start up</b>	60,00%	80,00 %	80,00%	90,00 %	90,00%	90,00%	100,00 %	80,00 %	80,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %
<b>Sazonalidade</b>	50,00%	60,00 %	70,00%	80,00 %	90,00%	100,00 %	70,00%	80,00 %	90,00 %	100,00 %	110,00 %	120,00 %
<b>1. Receita Total</b>	7.524,00	12.038,40	14.044,80	18.057,60	20.314,80	22.572,00	17.556,00	16.051,20	18.057,60	25.080,00	27.588,00	30.096,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	3.772,89	6.036,62	7.042,73	9.054,94	10.186,80	11.318,67	8.803,41	8.048,83	9.054,94	12.576,30	13.833,93	15.091,56
<b>3. Margem de Contribuição</b>	3.751,11	6.001,78	7.002,07	9.002,66	10.128,00	11.253,33	8.752,59	8.002,37	9.002,66	12.503,70	13.754,07	15.004,44
<b>4. Custos Fixos</b>	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86
<b>5. Resultado Operacional</b>	-2.007,75	242,92	1.243,22	3.243,81	4.369,14	5.494,47	2.993,73	2.243,51	3.243,81	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>6. Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Outros Investimentos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	-2.007,75	242,92	1.243,22	3.243,81	4.369,14	5.494,47	2.993,73	2.243,51	3.243,81	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>Acumulado no Ano</b>	-2.007,75	1.764,83	-521,61	2.722,20	7.091,34	12.585,81	15.579,55	17.823,06	21.066,87	27.811,71	35.806,93	45.052,51

Necessidade de Capital de Giro	
<b>Inicial</b>	7.022,40
<b>Primeiro Ano</b>	0
Lucratividade	
	19,68%

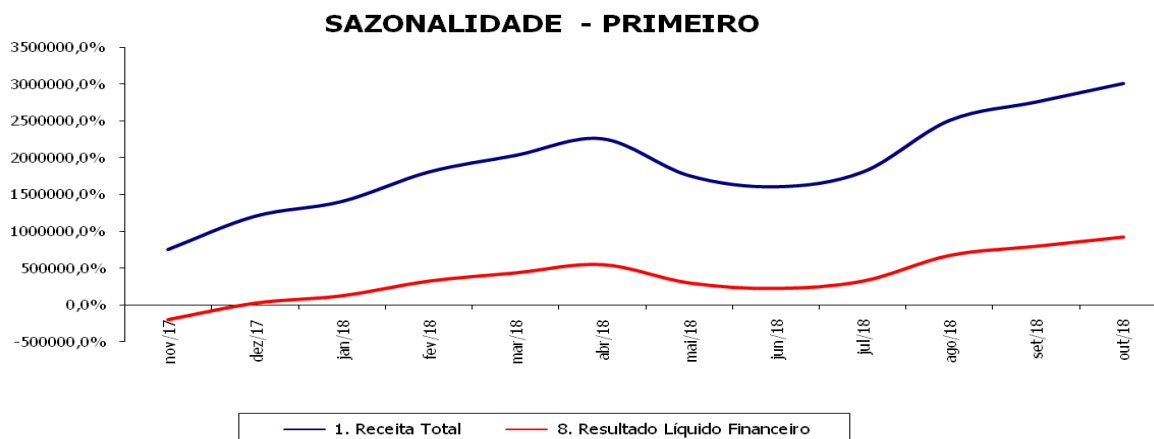


Tabela nº 8

## SAZONALIDADE - SEGUNDO ANO

	nov / 18	dez / 18	jan / 19	fev / 19	mar / 19	abr / 19	mai / 19	jun / 19	jul / 19	ago / 19	set / 19	out / 19
<b>Sazonalidade</b>	80,0%	90,0%	90,0%	80,0%	90,0%	100,0%	100,0%	80,0%	80,0%	100,0%	110,0%	120,0%
<b>1. Receita Total</b>	20.064,00	22.572,00	22.572,00	20.064,00	22.572,00	25.080,00	25.080,00	20.064,00	20.064,00	25.080,00	27.588,00	30.096,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	10.061,04	11.318,67	11.318,67	10.061,04	11.318,67	12.576,30	12.576,30	10.061,04	10.061,04	12.576,30	13.833,93	15.091,56
<b>3. Margem de Contribuição</b>	10.002,96	11.253,33	11.253,33	10.002,96	11.253,33	12.503,70	12.503,70	10.002,96	10.002,96	12.503,70	13.754,07	15.004,44
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86
<b>5. Resultado Operacional</b>	4.244,10	5.494,47	5.494,47	4.244,10	5.494,47	6.744,84	6.744,84	4.244,10	4.244,10	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>6. Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Outros Investimentos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	4.244,10	5.494,47	5.494,47	4.244,10	5.494,47	6.744,84	6.744,84	4.244,10	4.244,10	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>Acumulado no Ano</b>	4.244,10	9.738,58	15.233,05	19.477,16	24.971,63	31.716,47	38.461,32	42.705,42	46.949,53	53.694,37	61.689,58	70.935,17
<b>Acumulado desde o início da atividade</b>	49.296,61	54.791,09	60.285,56	64.529,67	70.024,14	76.768,98	83.513,83	87.757,93	92.002,04	98.746,88	106.742,09	115.987,68

Necessidade de Capital de Giro	
<b>Inicial</b>	7.022,40
<b>Segundo Ano</b>	0,00
Lucratividade	
	25,25%



Tabela nº 09

**SAZONALIDADE - TERCEIRO ANO**

	nov / 19	dez / 19	jan / 20	fev / 20	mar / 20	abr / 20	mai / 20	jun / 20	jul / 20	ago / 20	set / 20	out / 20
<b>Sazonalidade</b>	100,0 %	90,0%	90,0%	90,0%	90,0%	100,0 %	70,0%	80,0%	90,0%	100,0 %	110,0 %	120,0 %
<b>1. Receita Total</b>	25.080,00	22.572,00	22.572,00	22.572,00	22.572,00	25.080,00	17.556,00	20.064,00	22.572,00	25.080,00	27.588,00	30.096,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	12.576,30	11.318,67	11.318,67	11.318,67	11.318,67	12.576,30	8.803,41	10.061,04	11.318,67	12.576,30	13.833,93	15.091,56
<b>3. Margem de Contribuição</b>	12.503,70	11.253,33	11.253,33	11.253,33	11.253,33	12.503,70	8.752,59	10.002,96	11.253,33	12.503,70	13.754,07	15.004,44
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86
<b>5. Resultado Operacional</b>	6.744,84	5.494,47	5.494,47	5.494,47	5.494,47	6.744,84	2.993,73	4.244,10	5.494,47	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>6. Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Outros Investimentos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	6.744,84	5.494,47	5.494,47	5.494,47	5.494,47	6.744,84	2.993,73	4.244,10	5.494,47	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>Acumulado no Ano</b>	6.744,84	12.239,32	17.733,79	23.228,27	28.722,74	35.467,58	38.461,32	42.705,42	48.199,90	54.944,74	62.939,95	72.185,54
<b>Acumulado desde o início da atividade</b>	122.732,52	128.227,00	133.721,47	139.215,94	144.710,42	151.455,26	154.449,00	158.693,10	164.187,57	170.932,42	178.927,63	188.173,22

Necessidade de Capital de Giro	
<b>Inicial</b>	7.022,40
<b>Terceiro Ano</b>	0,00
Lucratividade	
	25,5%

**SAZONALIDADE - TERCEIRO ANO**

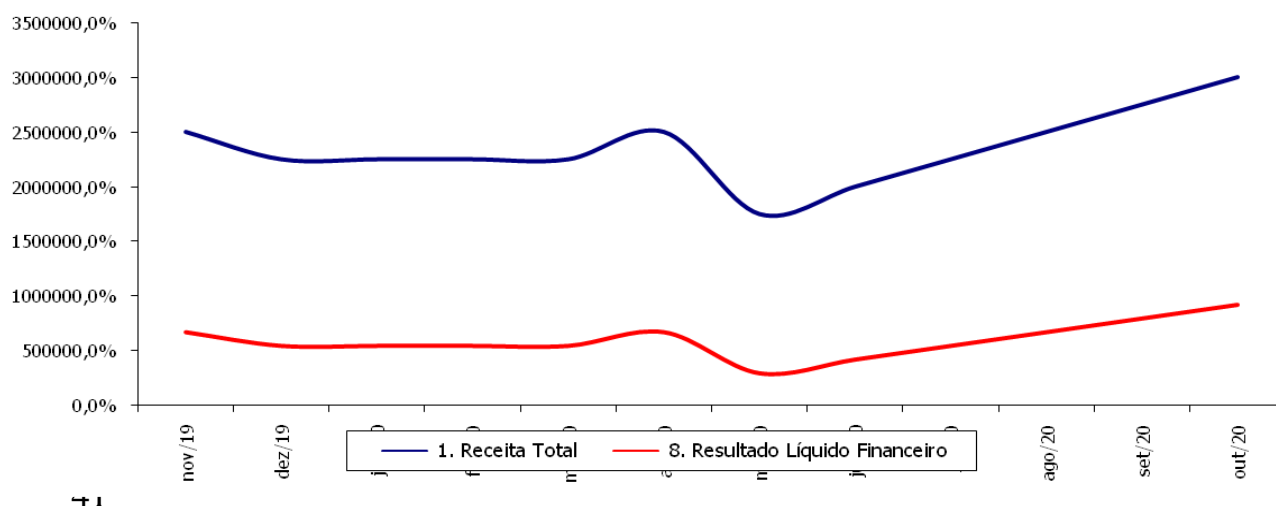


Tabela 10

**SAZONALIDADE - QUARTO ANO**

	nov / 20	dez / 20	jan / 21	fev / 21	mar / 21	abr / 21	mai / 21	jun / 21	jul / 21	ago / 21	set / 21	out / 21
<b>Sazonalidade</b>	90,0%	60,0%	70,0%	80,0%	90,0%	100,0%	70,0%	80,0%	90,0%	100,0%	110,0%	120,0%
<b>1. Receita Total</b>	22.572,00	15.048,00	17.556,00	20.064,00	22.572,00	25.080,00	17.556,00	20.064,00	22.572,00	25.080,00	27.588,00	30.096,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	11.318,67	7.545,78	8.803,41	10.061,04	11.318,67	12.576,30	8.803,41	10.061,04	11.318,67	12.576,30	13.833,93	15.091,56
<b>3. Margem de Contribuição</b>	11.253,33	7.502,22	8.752,59	10.002,96	11.253,33	12.503,70	8.752,59	10.002,96	11.253,33	12.503,70	13.754,07	15.004,44
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86
<b>5. Resultado Operacional</b>	5.494,47	1.743,36	2.993,73	4.244,10	5.494,47	6.744,84	2.993,73	4.244,10	5.494,47	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>6. Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Outros Investimentos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	5.494,47	1.743,36	2.993,73	4.244,10	5.494,47	6.744,84	2.993,73	4.244,10	5.494,47	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>Acumulado no Ano</b>	5.494,47	7.237,84	10.231,57	14.475,68	19.970,15	26.714,99	29.708,73	33.952,83	39.447,31	46.192,15	54.187,36	63.432,95
<b>Acumulado desde o início da atividade</b>	193.667,69	195.411,05	198.404,79	202.648,89	208.143,37	214.888,21	217.881,94	222.126,05	227.620,52	234.365,37	242.360,58	251.606,16

Necessidade de Capital de Giro	
<b>Inicial</b>	7.022,40
<b>Quarto Ano</b>	0,00
Lucratividade	
	23,86%

**SAZONALIDADE - QUARTO ANO**

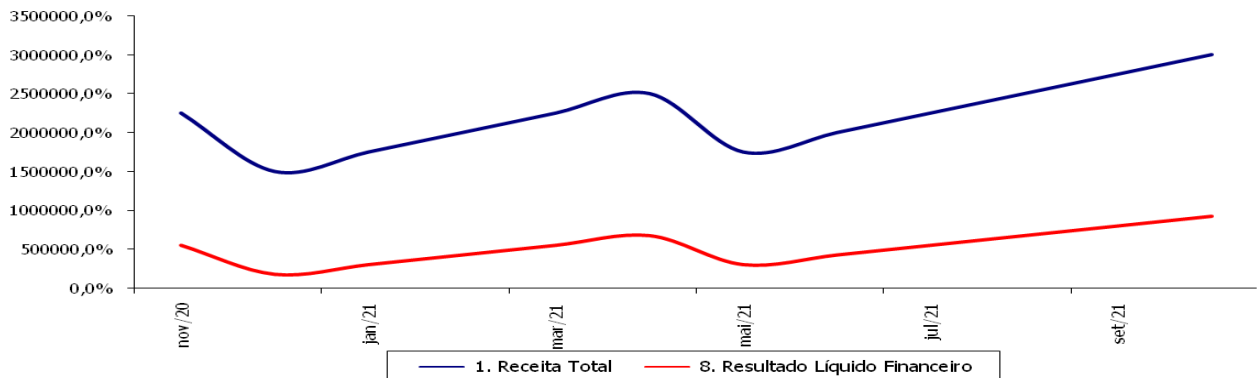


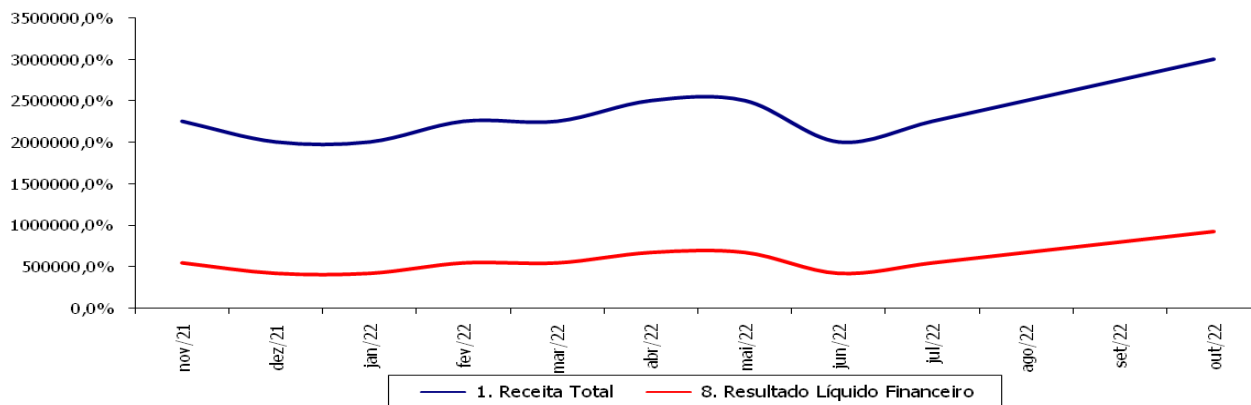
Tabela nº11

**SAZONALIDADE - QUINTO ANO**

	nov / 21	dez / 21	jan / 22	fev / 22	mar / 22	abr / 22	mai / 22	jun / 22	jul / 22	ago / 22	set / 22	out / 22
<b>Sazonalidade</b>	90,0%	80,0%	80,0%	90,0%	90,0%	100,0 %	100,0 %	80,0%	90,0%	100,0 %	110,0 %	120,0%
<b>1. Receita Total</b>	22.572,00	20.064,00	20.064,00	22.572,00	22.572,00	25.080,00	25.080,00	20.064,00	22.572,00	25.080,00	27.588,00	30.096,00
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	11.318,67	10.061,04	10.061,04	11.318,67	11.318,67	12.576,30	12.576,30	10.061,04	11.318,67	12.576,30	13.833,93	15.091,56
<b>3. Margem de Contribuição</b>	11.253,33	10.002,96	10.002,96	11.253,33	11.253,33	12.503,70	12.503,70	10.002,96	11.253,33	12.503,70	13.754,07	15.004,44
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86	5.758,86
<b>5. Resultado Operacional</b>	5.494,47	4.244,10	4.244,10	5.494,47	5.494,47	6.744,84	6.744,84	4.244,10	5.494,47	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>6. Investimentos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>7. Outros Investimentos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	5.494,47	4.244,10	4.244,10	5.494,47	5.494,47	6.744,84	6.744,84	4.244,10	5.494,47	6.744,84	7.995,21	9.245,58
<b>Acumulado no Ano</b>	5.494,47	9.738,58	13.982,68	19.477,16	24.971,63	31.716,47	38.461,32	42.705,42	48.199,90	54.944,74	62.939,95	72.185,54
<b>Acumulado desde o início da atividade</b>	257.100,64	261.344,74	265.588,85	271.083,32	276.577,79	283.322,64	290.067,48	294.311,59	299.806,06	306.550,90	314.546,12	323.791,70

Necessidade de Capital de Giro	
<b>Inicial</b>	7.022,40
<b>Quinto Ano</b>	0,00
Lucratividade	
	25,47%

**SAZONALIDADE - QUINTO ANO**



## BALANÇO PATRIMONIAL

Empresa: TCHÊ BAGUAL - *Food truck*

### ATIVO

#### **Ativo Circulante**

Caixa	R\$ 10.022,40		
Estoque	<u>R\$ 3.000,00</u>	R\$ 13.022,40	

#### **Ativo Não Circulante**

Máquinas e Equipamentos	R\$ 2.163,92		
Móveis e Utensílios	R\$ 1.378,80		
Veículos – Caminhonete	<u>R\$ 23.000,00</u>	<u>R\$ 26.542,72</u>	R\$ 39.565,12

### PASSIVO

#### **Patrimônio Líquido**

Capital Social	<u>R\$ 39.565,12</u>	<u>R\$ 39.565,12</u>	R\$ 39.565,12
----------------	----------------------	----------------------	---------------

Porto Alegre, novembro de 2017.

## REFERÊNCIAS

BARON e SHANE, **Empreendedorismo**: Uma visão de processo. São Paulo, 2007.

CAVALCANTI; G. **Tempos Modernos II**: SP, 2009. Disponível em:

<http://glaucovalcanti.com.br/wp-content/uploads/2011/05/Tempos-Modernos-II.pdf>

acessado em 11 novembro de 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007

DOLABELLA, Fernando. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios. Editora Campus:Rio de Janeiro, 2005

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**–São Paulo: Pioneira, 1987.

FARREL, L.C.: **Fundamentos das Organizações Empreendedoras**. São Paulo: Atlas, 1993.

LÓPEZ-RUIZ, O. 2007 a. Ethos empresarial: el "capital humano" como valor social. In.: **Estudios Sociológicos**. v. 25, n. 74, p. 399-425.mario-ago. 2007b. Rio de Janeiro: Azougue. Disponível em : <http://estudiossociologicos.colmex.mx/index.php/es/article/view/455/0>. Acesso em: outubro2017.

## Sites consultados

ZAFFARI & BOURBON [WWW.zaffari.com.br](http://WWW.zaffari.com.br)

TRAMONTINA: [WWW.tramontina.com.br](http://WWW.tramontina.com.br)

AUTOMATIZANDO: [WWW.automatizando.com.br](http://WWW.automatizando.com.br)

<https://www.google.com.br/search?q=arroz+de+carreteiro+em+panela+de+ferro+em>

09/11/2017

## ANEXOS 1

Figura nº 5 Arroz de carreteiro



**Figura nº 6** Feijão mexido



**Figura nº 7** Salada de agrião e alface