

CONTABILIDADE DE CUSTOS E PLANEJAMENTO FINANCEIRO APLICADOS NA ANÁLISE DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Alexandre Giacobbo da Rosa¹

RESUMO

Este artigo trata da aplicação da Contabilidade de Custos e do Planejamento Financeiro sob a estrutura do Plano de Negócios na abertura de um bar de drinques *frozen*, no bairro Cidade Baixa de Porto Alegre. Os objetivos são descrever, mensurar e calcular os custos através do trabalho do Contador e da Contabilidade, bem como efetuar a construção de cenários e, a partir disso, calcular os indicadores financeiros. Para tanto, foi realizada uma pesquisa com abordagem quantitativa para efeito da Contabilidade de Custos, e, de acordo com a necessidade de maiores informações sobre o tema, foi utilizada a Pesquisa Exploratória. Para entender de que maneira os custos irão se comportar, foi utilizado o Estudo de Caso aplicado no Planejamento Financeiro, através da construção de cenários e cálculo dos indicadores financeiros. A partir disso, constatou-se que, com o investimento inicial calculado, é possível obter uma alta margem de contribuição por drinque vendido e que, se cumprido o cenário realista, a empresa terá um futuro promissor. Entretanto, é necessário um aprofundamento do estudo em outras áreas, e isso pode ser desempenhado por um profissional Contábil que apresente um perfil inovador e afrente do seu tempo.

Palavras-chave: Contabilidade. Contabilidade de custos. Planejamento financeiro.

COST ACCOUNTING AND FINANCIAL PLANNING APPLIED IN THE ANALYSIS OF A BUSINESS PLAN

ABSTRACT

This article deals with the application of Cost Accounting and Financial Planning under the framework of the Business Plan in opening a frozen drinks bar in Cidade Baixa neighborhood of Porto Alegre. The aim is to describe, mention and calculate costs by counter and accounting work, and to make the construction of scenarios, and from that calculate the financial indicators. Therefore, a research with a quantitative approach for the purpose of Cost Accounting was performed, and according to the need for more information on the subject was used the Exploratory Research. To understand how costs will behave we used the case study applied in Financial Planning through scenario building and calculation of financial indicators. From this, it was found that with the estimated initial investment is possible to

¹ Aluno do curso de graduação em Ciências Contábeis da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS. Artigo apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS em cumprimento às exigências para obtenção do diploma de bacharel em Ciências Contábeis, sob orientação do Prof. Me. Nicolau Schwez, em junho de 2016. E-mail: xandegr@yahoo.com.br.

obtain a high contribution margin by selling drink and that met the realistic scenario the company will have a promising future. This requires a study of deepening in other areas, and this can be developed by the accounting professional to present an innovative and ahead profile of its time.

Keywords: Accounting. Cost accounting. Financial planning.

1 INTRODUÇÃO

A origem da presente pesquisa é o estudo e a percepção criados após uma viagem aos Estados Unidos, mais precisamente a Las Vegas. Nessa cidade, as pessoas andam pelas ruas com copos estilizados contendo coquetéis no estilo *frozen* dos mais variados sabores, em que os mesmos são comprados em estabelecimentos voltados para a rua. A maior rede americana desse estilo de bebidas, a qual é a grande norteadora deste trabalho, é a Fat Tuesday. Essa empresa foi criada em Atlanta no ano de 1984 a partir da moda dos *drinks* Daiquiris de New Orleans, e hoje chega a vender por ano cerca de 25 milhões de *frozen drinks* em todos os Estados Unidos (HISTÓRIA..., 2016).

O surgimento de uma ideia e a visualização de oportunidade são os primeiros passos para a criação de uma empresa. A constatação de que, no bairro boêmio Cidade Baixa de Porto Alegre, existe um público transeunte como o de Las Vegas, fez com que a vontade amadurecesse e, então, surgisse oportunidade para a abertura de uma loja de venda de coqueteis nos mesmos moldes das que existem no território americano. Para isso, apresentam-se importantes dúvidas, como: de quanto deve ser o capital inicial? Quais os custos envolvidos na comercialização dos drinques? Em quanto tempo é esperado o retorno do investimento? Qual é a lucratividade e rentabilidade esperada?

Para auxiliar na resolução desses questionamentos, entra o contador, que auxilia na mensuração dos custos e na orçamentação de receitas através da elaboração do Planejamento Estratégico. Isso fica evidente quando verificamos as atribuições do profissional contábil descritas na Regulamentação da Profissão Contábil do CFC, em que cabe ressaltar algumas de foro privativo, tais como: elaboração de balanços, demonstração do movimento de contas, apuração e registro de custos, análise de receitas e despesas. Também no perfil do contador moderno é necessário conhecimento para elaboração do planejamento contábil das empresas, o que, em muitos casos, pode ser solucionado com a elaboração do Plano de Negócios, pois, segundo Pavani, Deutscher e Lopes (2010), o Plano de Negócios é um documento que

descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas.

Com a utilização da Contabilidade no presente trabalho, é possível também obter o estudo e o controle do patrimônio da entidade, conforme menciona Hilário Franco:

A Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial. (FRANCO, 1997, p. 21).

Além disso, o profissional contábil deve estar atento à constante mudança dos cenários econômicos e, para facilitar esse entendimento, o ramo da Contabilidade de Custos surge para contribuir na obtenção de informações que auxiliem o planejamento estratégico. Conforme Martins (2003), a Contabilidade de Custos é o ramo da Contabilidade que se destina a produzir informações para os diversos níveis gerenciais de uma entidade, como auxílio às funções de determinação de desempenho, de planejamento e controle das operações e de tomada de decisões.

Com o gerenciamento de custos, as empresas conseguem maximizar lucros, bem como dinamizar suas atividades e buscar alternativas frente às informações fornecidas por esse ramo da Contabilidade. Martins (2003, p. 178) afirma que a Contabilidade de Custos deve não só propiciar as informações gerenciais necessárias para os aspectos decisórios, como auxiliar a Contabilidade Geral em sua tarefa de mensurar os estoques e medir o resultado. Essas informações, aliadas à construção do plano de negócios, permitem comprovar a viabilidade do negócio em si e evitar sua exposição aos riscos de mercado; para Rosa (2007), um plano de negócio permite identificar e restringir os erros já no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: depois desta introdução, a segunda parte traz a fundamentação teórica que suporta conceitualmente a Contabilidade de Custos e o Planejamento Financeiro, além de fazer referência a algumas pesquisas relativas a esse tema. A terceira seção demonstra os procedimentos de pesquisa, enquanto a quarta seção evidencia os resultados encontrados com o levantamento de custos de abertura, a elaboração do planejamento orçamentário e a construção de cenários. Finalizo este artigo apresentando as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Qualquer empresa, em sua essência, visa o lucro. A maneira de como fazer com que esse objetivo se torne realidade é o que, de fato, torna as empresas diferentes. Apesar de os países apresentarem diferentes culturas e costumes, o sistema que vigora no mundo hoje é o capitalismo. Saber compreender essas diferenças e entender de que maneira esse sistema irá se moldar permite que a empresa persevere ao longo do tempo. Para isso, são necessários estudos, em sua maior parte contábeis, que demonstrem a viabilidade e a melhor forma de criar e inovar.

2.1 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro fornece ao empreendedor um panorama completo da quantidade de recursos financeiros que estão entrando na empresa, quando e para onde eles estão indo, quanto capital está disponível e a posição financeira projetada da empresa. Oferece a base de curto prazo para controle orçamentário e ajuda a prevenir a maioria dos problemas que afetam novos empreendimentos – a falta de dinheiro. (HISRICH; PETERS; SHEPERD, 2014).

Inicialmente, o Plano Financeiro tem a necessidade de estimar qual o investimento inicial para a implantação da empresa. Nesse aspecto, são apresentadas as despesas pré-operacionais, ou seja, os gastos feitos antes de a empresa entrar em operação; investimentos fixos, como gastos com instalações, equipamentos, móveis e reformas; e o capital de giro inicial, que são os gastos necessários para a empresa começar suas atividades, como por exemplo, gastos com aluguel, depreciação, salários e energia elétrica (DOLABELA, 2006).

Outro item relevante que deve ser apresentado no Plano Financeiro é a expectativa de resultados (lucros ou perdas) da empresa. Para isso, é necessária a projeção da receita que será obtida e a estimativa de custos. Segundo Dolabela (2006), os resultados são apresentados através da projeção de um demonstrativo de resultados.

Também é imprescindível a projeção de um fluxo de caixa, que nada mais é do que as entradas e saídas da empresa. Segundo Dolabela (2006), o fluxo de caixa é a ferramenta adequada para controle financeiro de curto prazo, pois apresenta horizonte de curto e médio prazo para que o empreendedor possa escolher os melhores percursos e evitar falhas.

Outro item relevante é a verificação do Ponto de Equilíbrio, que é o nível de faturamento no qual a empresa atingirá o lucro operacional igual a zero, cobrindo, assim, seus custos. Para esse fim, temos a seguinte fórmula de cálculo do Ponto de Equilíbrio conforme Dornelas (2001):

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{custo fixo}}{1 - (\text{custo variável/receita total})}$$

2.1.1 Elaborando um plano de negócios

Apesar de um cenário desfavorável com a alta da inflação e certa insegurança econômica, cerca de 44% dos brasileiros têm vontade de abrir seu próprio negócio, segundo dados de uma pesquisa elaborada pela Global Entrepreneurship Monitor (2012). Para tornar esse sonho realidade, é necessário planejamento, o qual é possibilitado por meio da elaboração de um plano de negócios.

Para que a ideia de abrir um empreendimento se torne palpável, a elaboração de um plano de negócios deve existir, pois é através dele que se constrói um mapa do objetivo que se pretende atingir a partir do que está sendo criado. Para Rosa (2007, p. 3):

Um plano de negócio é um documento que descreve quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

O empreendedor, ao criar o plano de negócios, acaba por mitigar os riscos do seu negócio, através da elaboração do plano financeiro, operacional e de marketing, cujo processo se inicia com apresentação da empresa: sua missão, valores e visão. Ao construir o estudo, o empreendedor automaticamente vai à busca de informações mais detalhadas do ramo que deseja seguir, dos produtos que irá oferecer, e de quem são seus concorrentes, seus fornecedores e também de quais os pontos fracos e fortes que seu negócio apresenta.

De acordo com La Cruz (2008), o planejamento define objetivos, direciona esforços e recursos e projeta o rumo a ser seguido. A elaboração do plano define quais áreas se deve ter maior cuidado, qual a melhor forma e local de estabelecimento para determinado público,

bem como a viabilidade de abertura do negócio. É importante ressaltar que, por maior que seja a viabilidade do que se está empreendendo, um pouco de risco sempre irá existir, e cabe ao gestor fazer esse balanceamento, o que se elucida principalmente com a elaboração de um plano de negócios.

2.2 CONTABILIDADE DE CUSTOS

Para compreender qualquer ramificação da Contabilidade, é necessário entender como essa ciência foi desenvolvida. Para isso, recorremos a Sá (1998, p. 42): “Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos patrimoniais, preocupando-se com realidades, evidências e comportamentos dos mesmos, em relação à eficácia das células sociais”.

Dentro desses fenômenos patrimoniais mencionados pelo professor Dr. Antônio Lopes de Sá, há a Contabilidade de Custos, que é uma técnica utilizada para identificar, mensurar e informar os custos dos produtos ou serviços. Ela tem como finalidade gerar informações claras, confiáveis e ágeis para possibilitar a tomada de decisões por parte dos gestores: essa técnica é voltada para a análise de gastos da entidade no decorrer de suas operações. Segundo Crepaldi (2004, p. 13), a Contabilidade de Custos planeja, aloca, acumula, organiza, registra, analisa, interpreta, e relata os custos dos produtos fabricados e vendidos. É possível afirmar-se, também, que é a área da ciência contábil que trata dos gastos incorridos na produção de bens e serviços. Tem aplicação em qualquer empresa que tenha o intuito de aprimorar seus controles, mantendo-se ativamente no mercado. (FERREIRA, 2007).

A Contabilidade de Custos deriva da Contabilidade financeira, com a chegada da Revolução Industrial, devido à necessidade de avaliar estoques na indústria e um melhor controle dos bens ao longo da história (MARTINS, 2003). Crepaldi (2004, p. 14) aborda o momento do surgimento da Contabilidade:

[...] pela necessidade de se ter um controle maior sobre os valores a serem atribuídos aos estoques de produtos na indústria e, também pela necessidade de tomar decisões quanto ao que, como e quando produzir.

Até aquele momento, as empresas apenas compravam e revendiam mercadorias e direcionavam seus esforços exclusivamente para o comércio. Com o aparecimento de grandes indústrias, tornou-se mais complexa a função do contador nessas instituições. Para possibilitar a atribuição de valor aos estoques, não bastava considerar apenas as compras; tornou-se imperativo levar em conta todos os sacrifícios (gastos) com a fabricação dos produtos,

surgindo, assim, a Contabilidade de Custos. As indústrias passaram a produzir em grande quantidade, por meio do uso de máquinas, e tornou-se obrigatório, para a apuração do custo do produto vendido, a inclusão de todos os elementos empregados na sua fabricação.

Para melhorar o entendimento desta matéria, é necessária a compreensão dos seus conceitos básicos, descritos por Oliveira et al. (2008) e Martins (2003).

- a) custos diretos: custos que podem ser diretamente apropriados aos produtos, necessitando apenas que haja medida de consumo;
- b) custos indiretos: custos que não permitem apropriação direta aos bens produzidos e a alocação deve ser feita por estimativa, através da atribuição de critérios;
- c) custos fixos: custos que não variam em sua totalidade, mas variam em relação ao volume de produção, isto é, independente do volume de produção o custo fixo total não irá variar, porém com o aumento da produção o custo fixo unitário será reduzido;
- d) custos variáveis: em oposição aos custos fixos, eles têm sua variação ligada diretamente ao volume total de produção e permanecem fixos em relação à unidade, quando a produção aumentar os custos variáveis unitários permaneceram os mesmos, mas o custo total variável irá aumentar;
- e) margem de contribuição por unidade: diferença existente entre o preço de venda e os custos variáveis de cada produto;
- f) margem de contribuição total: resultado da multiplicação do número de unidades produzidas pela Margem de Contribuição por Unidade;
- g) ponto de equilíbrio: ponto no qual os custos totais são iguais a receita total, resultando em lucro zero. Ele determina quanto a empresa precisa vender para que não incorra prejuízo.

2.3 INOVAÇÃO DO MERCADO NO BAIRRO CIDADE BAIXA

Para a construção do planejamento estratégico, é necessário que a empresa adote gestão da informação; para isso, analisar a história do local onde ela será instalada e o que os concorrentes oferecem é importante. Segundo Silva (2003, p. 22), “as empresas que obtiverem, de modo conveniente, informações sobre seus mercados, seus clientes, seus produtos e, principalmente, seus concorrentes, ganharão em vantagem competitiva perante o seu mercado”. O bairro Cidade Baixa de Porto Alegre, onde a empresa será instalada, passou por diversas transformações simultâneas nos últimos 30 anos - movimentos provocados por

forças externas e internas. Nos anos 80, o bairro era basicamente residencial, período em que a iniciativa privada era muito carente; havia apenas algumas fruteiras e armazéns com pouca infraestrutura, onde os moradores consumiam bebidas. A iniciativa privada, naquele período, sofria com economia e governos instáveis. Já nos anos 90, o bairro sofreu uma pequena mudança, não na qualidade do que estava sendo oferecido, mas sim em um pequeno e tímido aumento de estabelecimentos envolvendo bares e restaurante relacionados à gastronomia *fast food*.

Com a estabilização da economia e o ingresso de dinheiro na classe média nos anos 2000, a Cidade Baixa sofreu uma verdadeira revolução. A população com maior poder aquisitivo começou a buscar estabelecimentos de melhor qualidade, o que foi prontamente atendido pelos empresários, os quais também viviam a onda da melhoria da economia no país como um todo. A intensidade dessas alterações também possibilitou mudanças no perfil do consumo do cidadão, fato esse que atingiu todas as classes sociais. Essa diversidade no perfil de consumo fez com que a exploração do bairro se tornasse um pouco mais complexa, pois o bairro ficou caracterizado pela diversidade de pessoas e estabelecimentos. Tentar entender a alma do consumidor do bairro é um dos desafios que surgiram na última década, segundo a reportagem de Zero Hora (FABRÍCIO, 2003), principalmente com o advento de casas noturnas, fazendo com que frequentadores transitem durante a noite pelo bairro sem destino preestabelecido.

Com o bairro cada vez mais globalizado, a competitividade é o que irá determinar a sobrevivência das organizações. Analisar como isso está cientificamente apresentado pode ser o diferencial no momento de desenvolver uma vantagem competitiva, pois, conforme Coral (2002), competitividade é, na maior parte do tempo, compreendida como o potencial que uma empresa dispõe para aumentar o seu tamanho, mercado e lucro, ou ainda, a possibilidade que a organização tem de desenvolver e pôr em prática estratégias que permitam, ao longo do tempo, manter-se de forma duradoura, com uma posição privilegiada e sustentável. Nesse contexto, para que um novo negócio no bairro possa ser mantido ao longo do tempo, a organização deve monitorar constantemente todas as variáveis que, de alguma forma, possam afetar a sua competitividade, para, assim, moldar-se de uma maneira diferente da de seus concorrentes, através da implementação de estratégias que não possam ser copiadas facilmente por estes.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Mattar (2005, p. 68), “Uma pesquisa pode surgir tanto de um interesse prático quanto de um interesse intelectual ou científico”. Nesse contexto, temos a presença de ambos os interesses, visto que através do estudo, será possível colocar em prática um empreendimento através da pesquisa científica.

A pesquisa realizada neste artigo é classificada quanto aos seguintes aspectos:

- a) pela forma de abordagem do problema;
- b) de acordo com seus objetivos;
- c) com base nos procedimentos técnicos utilizados.

A partir da análise do problema apresentado por este estudo, a pesquisa foi classificada como quantitativa. É necessária essa maneira de abordagem para quantificar todos os custos de abertura, pois, conforme Mattar (2005), uma pesquisa quantitativa é aquela onde se procura medir o grau de algo, e se utiliza de grande número de respondentes, com o emprego de escalas e análises estatísticas formais.

Já quanto ao objetivo, foi utilizada a Pesquisa Exploratória, por não existir trabalho científico anterior. De acordo com a fundamentação teórica, a pesquisa exploratória é aquela onde se buscam mais informações sobre o tema que está sendo estudado (FURASTÉ, 2006). Também através dessa metodologia de estudo, é possível conhecer mais sobre o assunto, o que vai resultar na aptidão do pesquisador para a construção de hipóteses que, neste estudo, serão retratadas pelos cenários realista, otimista e pessimista.

A partir da confecção do plano de negócios, também surge a necessidade de entender-se de que maneira os custos irão se comportar desde a abertura aos primeiros meses da empresa. Sendo assim, apesar de a pesquisa ter caráter predominantemente quantitativo, o procedimento metodológico a ser adotado é o estudo de caso. Pois, como escreve Goldenberg (2004, p. 33):

O estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de aprender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto através de um mergulho em um objeto delimitado.

Para a elaboração de um estudo de caso, é necessária uma coleta de dados, a fim de elucidar a situação analisada; isso tudo vem ao encontro da necessidade de se fazer um

planejamento orçamentário, bem como o levantamento de custos. Conclui-se, portanto, que o método de estudo de caso mostra-se adequado para a presente pesquisa.

4 INSTRUMENTALIZAÇÃO DA PESQUISA

O comércio a ser aberto é enquadrado como estabelecimento comercial do tipo bar, e a pessoa jurídica é caracterizada como empresa de pequeno porte, sendo tributada pelo simples nacional. O bar de drinques não terá mesas nem cadeiras e será voltado para o público que transita pelo bairro Cidade Baixa de Porto Alegre. Portanto, o estabelecimento a ser alugado deve oferecer uma área mínima de 10 m², que é o necessário para abrigar as duas máquinas de drinques e o funcionário diante do caixa. Esse funcionário será o encarregado de alimentar as máquinas com os ingredientes necessários para a fabricação do drinque, atender o público no caixa e também servir os pedidos.

4.1 PLANO FINANCEIRO

Na sequência, se apresenta o plano financeiro, em que será feita uma provisão do montante para implementação do bar de drinques, bem como os cálculos de custos de produção, valor de capital de giro, custos fixos e variáveis, folha de pagamento e impostos, entre outros. Após analisar as projeções de custos e receitas, serão realizados os cálculos de ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno de investimento.

4.1.1 Investimentos Iniciais

Para a elaboração dos custos iniciais, foram pesquisados os itens necessários nos sites Tudo De Bar e Pequenos Negócios Lucrativos que são sites que auxiliam a empreender com planejamento (ITENS..., 2015, VIEIRA, D., 2015). A partir da definição desses sites, fez-se a pesquisa nos sites Buscapé (maior player online de comparação de preços do mundo) e Mercado Livre (maior plataforma de compra e vendas da América Latina) (BUSCAPÉ, 2016; MERCADO..., 2016). Essa busca foi feita com base no menor preço apresentado de acordo com as especificações necessárias, e esses itens estão apresentados na seguinte tabela com a descrição do investimento inicial.

Tabela 1 - Descrição do Investimento Inicial

	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Máquinas e Equipamentos			23.332,00
Máquina de <i>Drinks</i> 2 sabores (24L) Importada	2	9.900,00	19.800,00
Filtro Água	1	332,00	332,00
Geladeira	1	1.800,00	1.800,00
Telefone	1	200,00	200,00
Registradora	1	1.200,00	1.200,00
Móveis e Utensílios			12.270,00
Avental	2	120,00	240,00
Balcão	1	2.000,00	2.000,00
Balcão com Pia	1	1.800,00	1.800,00
Estante	1	1.300,00	1.300,00
Banner	1	3.500,00	3.500,00
Luminárias	5	300,00	1.500,00
Lixeira	1	130,00	130,00
Ar-Condicionado	1	1.800,00	1.800,00
Instalações			3500,00
Pintura	1	1.500,00	1.500,00
Reforma	1	1.500,00	1.500,00
Restauração Elétrica	1	500,00	500,00
Total de Investimento Fixo			39.102,00
Capital Próprio			70.000,00
Total do Investimento			70.000,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A tabela está dividida de acordo com o gasto necessário para a implementação da estrutura física do bar de drinques. O investimento necessário com máquinas e equipamentos é de R\$ 23.332,00, móveis e utensílios R\$ 12.270,00 e o investimento com instalações é de R\$ 3.500,00, sendo, no total, necessário um investimento fixo de R\$ 39.102,00.

Tabela 2 – Política de Investimento

Política de Investimento	R\$	%
Máquinas e Equipamentos	23.332,00	59,67
Móveis e Utensílios	12.270,00	31,38
Instalações	3.500,00	8,95
Total	39.102,00	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A política de investimento utilizada apresenta o maior percentual de gasto em máquinas e equipamentos, representando 59,67%, seguido de móveis e utensílios, representando 31,38%, e, finalmente, as instalações, representando 8,95%. Esse maior dispêndio financeiro com máquinas e equipamentos deve-se ao fato de que as máquinas que misturam os ingredientes e formam a bebida *frozen* são importadas. Podem ser encontradas, porém, à venda no Brasil, através do site Mercado Livre. As que serão utilizadas no negócio são as mesmas utilizadas na rede Fat Tuesday, negócio de drinques de Las Vegas que foi a

fonte inspiradora deste estudo, máquinas estas que possuem capacidade de 24 litros, divididos em dois compartimentos de 12 litros cada.

Tabela 3 – Investimentos Pré-operacionais

Investimentos Pré-operacionais	R\$
Despesa de Legalização	3.300,00
Publicidade – Divulgação	1.200,00
Total	4.500

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Também foram previstos gastos pré-operacionais em despesas de legalização, com previsão de R\$ 3.300,00 (registro na junta comercial, alvará de funcionamento, licença sanitária e vistoria de cumprimento das normas de segurança) e em publicidade R\$ 1.200,00 (confeção de letreiro).

4.1.2 Custos por drinque

Levando em consideração o investimento inicial em duas máquinas - cada uma com capacidade de 24 litros subdivididos em dois compartimentos de 12 litros cada -, há a possibilidade de armazenar quatro sabores de drinques. Foram escolhidas quatro receitas, baseadas na história dos drinques a partir de pesquisa realizada no site Driuepedia e o livro Coquetéis: o Guia Completo de Jenni Daves (2014). Com a ajuda dessas receitas, foi possível elaborar os drinques de acordo com a capacidade máxima de cada compartimento. Os custos com a fabricação de cada receita de 12 litros, bem como o rendimento por receita apresentado com seu devido custo unitário, são apresentados na tabela a seguir, para os seguintes drinques: Margarita Frozen, Caipirinha Frozen, Maracujá Frozen e Pina Colada Frozen.

Tabela 4 – Custo na Fabricação Margarita *Frozen*

Item	Quantidade	Unidade	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Tequila	2	Litro	52	104
Água	8	Litro	0	0
Limonjal	2	Litro	20	40
Custo por Receita de Drink				144,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 5 – Rendimento e Custo Unitário do Drink Margarita *Frozen* (Receita 12 litros)

Item	Rendimento	Custo Unitário (R\$)
Copo 300 ml	40	4,40
Copo 500 ml	24	6,80

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota: Foi acrescentado ao custo unitário R\$ 0,80, referente ao custo do copo descartável.

Tabela 6 – Custo na Fabricação Caipirinha *Frozen*

Item	Quantidade	Unidade	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Vodka	2	Litro	25,50	51,00
Água	8	Litro	0	0
Suco de Limão Concentrado	2	Litro	8,70	17,40
Custo por Receita de Drink				68,40

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 7 – Rendimento e Custo Unitário do Drink Caipirinha *Frozen* (Receita 12 litros)

Item	Rendimento	Custo Unitário (R\$)
Copo 300 ml	40	2,51
Copo 500 ml	24	3,65

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota: Foi acrescentado ao custo unitário R\$ 0,80, referente ao custo do copo descartável.

Tabela 8 – Custo na Fabricação Maracujá *Frozen*

Item	Quantidade	Unidade	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Vodka	2	Litro	25,50	51,00
Água	8	Litro	0	0
Suco de Maracujá Concentrado	2	Litro	8,70	17,40
Custo por Receita de Drink				68,40

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 9 – Rendimento e Custo Unitário do Drink Maracujá *Frozen* (Receita 12 litros)

Item	Rendimento	Custo Unitário (R\$)
Copo 300 ml	40	2,51
Copo 500 ml	24	3,65

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota: Foi acrescentado ao custo unitário R\$ 0,80, referente ao custo do copo descartável.

Tabela 10 – Custo na Fabricação Pina Colada *Frozen*

Item	Quantidade	Unidade	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Água	7	Litro	0	0
Rum	1,5	Litro	40	60
Suco de Abacaxi Concentrado	2	Litro	8,70	17,40
Leite de Coco	1	Litros	19,65	19,65
Leite Condensado	500	Gramas	9,2	4,6
Custo por Receita de Drink				101,65

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 11 – Rendimento e Custo Unitário do Drink Pina Colada *Frozen* (Receita 12 litros)

Item	Rendimento	Custo Unitário (R\$)
Copo 300 ml	40	3,34
Copo 500 ml	24	5,04

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota: Foi acrescentado ao custo unitário R\$ 0,80, referente ao custo do copo descartável.

Após o cálculo de cada drinque por receita e seu rendimento, foi possível estimar o custo médio de todas as receitas, dos copos de 300 e 500 ml, e também o custo médio geral de todos os drinks vendidos.

Tabela 11 – Custos médios

Custo Médio	Custo Unitário (R\$)
Receitas de Drinks	95,61
Copo 300 ml	3,19
Copo 500 ml	4,78
Drinque	3,99

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

4.1.3 Custo com mão de obra

Devido à produção dos drinks ser elaborada a partir da mistura dos condimentos nas máquinas, bem como o funcionário exercer múltiplas funções na empresa (atendimento, caixa, estocagem de mercadorias e reposição de suprimentos), a classificação do custeio de mão de obra é indireta. Conforme E. Vieira (2008, p. 21):

Se for necessário rateio sob qualquer critério para distribuir o custo da mão-de-obra, devemos classificá-la como indireta. Considera-se mão de obra indireta todo o trabalho que não pode ser perfeitamente identificado como pertencente a determinado produto.

Tabela 12 – Custo com mão de obra

Descrição	R\$
Salário	1.000,00
Quebra de Caixa	100,00
Adicional Noturno	200,00
Salário Base	1.300,00
Provisão 13º (8,33%)	108,29
Provisão Férias (8,33%)	108,29
Provisão 1/3 (2,78%)	36,14
Total	1.552,72
FGTS (8%)	124,22
INSS (9%)	139,74
Provisões (7%)	108,69
Total	1.925,37

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O cálculo do salário foi elaborado de acordo com a CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) em adequação à realidade da empresa, o que resultou em um custo total de R\$ 1.925,37 mês.

4.1.4 Depreciação

A apuração do custo mensal com depreciação foi realizada de acordo com a NBC T 19.5 em que está previsto:

- a) obrigatoriedade do reconhecimento da depreciação, amortização e exaustão;
- b) valor da parcela que deve ser reconhecida como despesa ou custo, ou incluída no valor contábil de outro ativo; e
- c) circunstâncias que podem influenciar seu registro. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2005, p. 3).

Foi considerado um valor residual de 10% para máquinas, equipamentos e móveis e utensílios; já para a sala e a instalação, foi considerado o valor residual de 30%, conforme é possível verificar abaixo.

Tabela 13 – Depreciação

Descrição	Valor (R\$)	Valor Residual (R\$)	Valor a Depreciar	Nº Meses	Depreciação Mensal (R\$)
Máquinas e Equipamentos	23.332,00	2.333,20	20.998,80	60	349,98
Móveis e Utensílios	12.270,00	1.227,00	11.043,00	120	92,03
Instalações	3.500,00	350,00	3.150,00	300	10,50
Total da Depreciação					452,51

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O custo mensal com depreciação calculado sobre o valor de máquinas e equipamentos de R\$ 23.332,00 foi depreciado pelo período de 60 meses, resultando em uma depreciação mensal de R\$ 349,98. Esse valor mostrou-se o mais representativo, em virtude de as máquinas de preparo do drink serem os maiores ativos da empresa. Já o valor com móveis e utensílios, no valor de R\$ 12.270,00 (que será depreciado em 120 meses), resultou uma depreciação mensal de R\$ 92,03. E, por último, a sala comercial, alugada pelo valor total de R\$ 3.500 (que será depreciado em 300 meses), resultando em uma depreciação mensal de R\$ 10,50.

4.1.5 Custos Fixos Operacionais

De acordo com Megliorini (2007), os custos fixos são decorrentes da manutenção da estrutura produtiva da empresa, independentemente da quantidade produzida dentro do limite da capacidade instalada. Megliorini menciona também que os custos variáveis são aqueles que sofrem influência do volume de produção, podendo aumentar ou diminuir.

Tabela 14 – Custos Fixos

Custos Fixos Operacionais Mensais		
Discriminação	Valor (R\$)	%
Pró-labore	2.000,00	27,22
Água	340,00	4,63
Alarme	110,00	1,50
Aluguel	800,00	10,89
Depreciação	452,51	6,16
Luz	260,00	3,54
Mautenção	150,00	2,04
Material de Expediente e Higiene	150,00	2,04
Propaganda e Publicidade	450,00	6,12
Seguros	60,00	0,82
Outros Gastos	500,00	6,80
Telefones	150,00	2,04
Funcionários	1.925,37	26,20
Total	7.347,88	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Na tabela, foi apurado o valor dos custos fixos mensais, ou seja, independentemente do faturamento obtido e do cenário pelo qual a empresa estiver passando, esses custos fixos mensais serão pagos mensalmente. Percebeu-se que o maior dispêndio financeiro será destinado ao pró-labore, representando 27,22%, seguido da despesa com o funcionário, de 26,20%.

5 CENÁRIOS

Segundo Padoveze e Taranto (2009, p. 35),

O planejamento orçamentário exige a elaboração de cenários, os quais podem definir como a escolha de um conjunto de variáveis macroeconômicas previstas para períodos futuros. Para os objetivos orçamentários, é necessária apenas a previsão dessas variáveis para o próximo exercício, embora nada impeça que se elaborem previsões para mais de um ano.

5.1 PREÇO DE VENDA

Para a construção de cenários, primeiro elaborou-se o preço de venda de acordo com o método baseado no custo da mercadoria.

Segundo J. Santos (2004, p. 120)

Este é o método mais comum na prática dos negócios. Se a empresa tiver como base o custo total, a margem a ser adicionada deve ser suficiente para cobrir os lucros desejados pela empresa. Porém, se a base for custos e despesas variáveis, a margem deve cobrir lucros e custos fixos.

Através do autor, verifica-se, que a forma para que se estabeleça um preço de venda é necessário acrescentar um *mark-up* ao custo apropriado. Para R. Santos (2000, p. 6) “o *mark-up* consiste basicamente em somar ao custo unitário do produto uma margem fixa para obter o preço de venda.”

No presente trabalho, foi adicionada uma margem de 400% para os copos de 300 ml e de 500% para os copos de 500 ml, de acordo com o cálculo unitário médio dos produtos vendidos com arredondamento a maior. Após isso, foi efetuada a construção dos cenários com o objetivo de mitigar riscos.

5.2 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

Casarotto (2009) recomenda que seja elaborado ao menos um cenário “pessimista” e um cenário “otimista”, e que não sejam nem extremamente bons nem ruins, de forma a se fazer uma aproximação do comportamento das variáveis analisadas nas duas situações. Este estudo engloba, além do que prevê Casarotto, o cenário realista, que é o ponto de partida para a criação da estimativa de vendas. Nessa criação, segundo Padoveze e Taranto (2009), a empresa pode estruturar o cenário através de dados por meio de literatura ou revistas especializadas. O mês de outubro foi escolhido para a elaboração do cenário realista, pois, nesse mês, há um equilíbrio de vendas de acordo com as prerrogativas de sazonalidade e correlação.

A sazonalidade é um fator determinante, principalmente no estado do Rio Grande do Sul, onde existe um clima subtropical bem definido, com invernos e verões rigorosos. Quando se considera que a empresa a ser aberta irá comercializar bebidas do tipo *frozen*, isso determina uma redução das vendas no inverno, conforme a revista Valor Econômico (CAFETERIAS..., 2011), a qual menciona que a venda por bebidas geladas cai 30% durante este período. Em contrapartida, o verão, misturado às festividades de final de ano, com incremento do 13º salário, influencia o aumento do consumo de bebidas. Conforme o dono de bar Vagner Neri da Silva, isso significa um aumento de 30%.

A correlação é outro fator utilizado para prever a demanda de determinado produto a partir da previsão de outra variável relacionada com esse produto. Segundo a revista Valor Econômico (CAFETERIAS..., 2011), “o consumo de café e de outras bebidas quentes nas cafeterias cresce 30% no inverno, estação em que as pessoas preferem uma cafeteria com ambiente aconchegante a um bar aberto.”

A partir dessas análises, foi feita uma estimativa de vendas realista em uma semana do mês de outubro, conforme está apresentado na tabela abaixo.

Tabela 15 – Estimativa de vendas semanal outubro

Estimativa de Vendas						
Unidades Vendidas	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
	40	50	70	105	105	85

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Considerando que a empresa estará aberta seis dias por semana, o que totaliza 24 dias por mês, foi possível estimar os valores mensais. Com embasamento nas prerrogativas de sazonalidade e correlação, foram projetados os cenários pessimista e otimista, com 30% para menos e 30% para mais, respectivamente, em relação ao cenário realista.

Tabela 16 - Construção de Cenário Pessimista

Venda de Drinques Cenário Pessimista	Estimativa de Vendas	Custo Unitário Médio (R\$)	CMV (R\$)	Preço de Venda (R\$)	Receita Bruta (R\$)	Lucro Bruto (R\$)
300 ml	637	3,19	2.032,03	12,00	7.644,00	5.611,97
500 ml	637	4,78	3.044,86	16,00	10.192,00	7.147,14
Total	1274		5.076,89		17.836,00	12.759,11

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota: Não foram considerados impostos para efeito de cálculo nesta etapa.

Tabela 17 - Construção de Cenário Realista

Venda de Drinques Cenário Realista	Estimativa de Vendas	Custo Unitário Médio (R\$)	CMV (R\$)	Preço de Venda (R\$)	Receita Bruta (R\$)	Lucro Bruto (R\$)
300 ml	910	3,19	2.092,90	12,00	10.920,00	8.017,10
500 ml	910	4,78	4.349,80	16,00	14.560,00	10.210,20
Total	1820		7.252,70		25.480,00	18.227,30

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota: Não foram considerados impostos para efeito de cálculo nesta etapa.

Tabela 18 - Construção de Cenário Otimista

Venda de Drinques Cenário Otimista	Estimativa de Vendas	Custo Unitário Médio (R\$)	CMV (R\$)	Preço de Venda (R\$)	Receita Bruta (R\$)	Lucro Bruto (R\$)
300 ml	1183	3,19	3.773,77	12,00	14.196,00	10.422,23
500 ml	1183	4,78	5.654,74	16,00	18.928,00	13.273,26
Total	2366		9.428,51		33.124,00	23.695,49

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota: Não foram considerados impostos para efeito de cálculo nesta etapa.

No cálculo da estimativa de vendas em um mês no cenário pessimista, temos um CMV de R\$ 4.057,69 com uma receita bruta de R\$ 17.836,00 e o lucro bruto de R\$ 13.778,31. No cenário realista, foi obtido um CMV de R\$ 5.796,70 gerando uma receita bruta de

R\$ 25.480,00 e o lucro bruto de R\$ 19.683,30. Já no cenário otimista, temos um CMV de R\$ 7.535,71 com uma receita bruta de R\$ 33.124,00 e o lucro bruto de R\$ 25.588,29.

6 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) se resume em um relatório sucinto das operações realizadas pela empresa durante um determinado período. A DRE mostra um dos valores mais importantes para as pessoas envolvidas, que é o resultado do exercício, ou seja, se a entidade obteve Lucro ou Prejuízo. (IUDÍCIBUS et al., 2010) .

Abaixo, está apresentado o DRE da empresa a ser aberta, em que foi analisado o período mensal de acordo com a construção dos três cenários. É possível verificar que, tanto no cenário pessimista quanto no realista e também no otimista, a empresa apresenta resultado líquido do exercício positivo. Esse resultado é proveniente da receita bruta após as deduções de impostos, do CMV e das despesas operacionais.

Tabela 10 – Demonstração do Resultado do Exercício

Discriminação	Pessimista	Realista	Otimista
	Valor (R\$)	Valor (R\$)	Valor (R\$)
Receita Operacional Bruta	17.836,00	25.480,00	33.124,00
Deduções	975,63	1.393,76	1.811,88
Simples	975,63	1.393,76	1.811,88
Receita Operacional Líquida	16.860,37	24.086,24	31.312,12
Custo das Mercadorias Vendidas	5.076,89	7.252,70	9.428,51
Lucro Bruto	11.783,48	16.833,54	21.883,61
Despesas Operacionais	7.347,88	7.347,88	7.347,88
Pró Labore	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Água	340,00	340,00	340,00
Alarme	110,00	110,00	110,00
Aluguel	800,00	800,00	800,00
Depreciação	452,51	452,51	452,51
Luz	260,00	260,00	260,00
Manutenção	150,00	150,00	150,00
Material de Expediente e Higiene	150,00	150,00	150,00
Propaganda e Publicidade	450,00	450,00	450,00
Seguros	60,00	60,00	60,00
Outros Gastos	500,00	500,00	500,00
Telefones	150,00	150,00	150,00
Funcionários	1.925,37	1.925,37	1.925,37
Lucro Líquido	4.435,60	9.485,66	14.535,73

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

7 INDICADORES

A informação contábil é um instrumento imprescindível para a tomada de decisões que ocorrem como resultado de planejamento. As informações que são prestadas pela Contabilidade são feitas através de indicadores que, em sua maioria, são apresentados em relatórios e demonstrações.

A partir de valores contábeis, é possível medir a posição financeira da empresa em diferentes aspectos e cenários. Para Cochlar (2000, p. 34), os indicadores deverão informar dados claros e concisos, uma vez que isso trará benefícios aos usuários responsáveis pela tomada de decisão. A seguir, são apresentados os indicadores que mostram o Retorno sobre o Investimento, a Lucratividade e a Rentabilidade.

7.1 RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO

Para Assaf Neto (2008), o objetivo do ROI consiste em “avaliar o retorno produzido pelo total dos recursos aplicados por acionistas e credores nos negócios.” De acordo com Wernke (2008), “o interesse por este indicador deve-se ao fato de que esse combina fatores de lucratividade (como receitas, custos e investimentos) e os transforma em taxa percentual.” Por isso, é possível compará-lo com a taxa de retorno de outros investimentos, internos ou externos à companhia.

Figura 1 – Prazo de Retorno do Investimento nos cenários estudados

PRI (meses) PESSIMISTA	=	$\frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$	$\frac{\text{R\$ 70.000,00}}{\text{R\$ 4.435,60}}$	=	15,78
PRI (meses) REALISTA	=	$\frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$	$\frac{\text{R\$ 70.000,00}}{\text{R\$ 9.485,66}}$	=	7,38
PRI (meses) OTIMISTA	=	$\frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$	$\frac{\text{R\$ 70.000,00}}{\text{R\$ 14.535,73}}$	=	4,82

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

O Prazo de Retorno do Investimento do bar de drinques a ser aberto apresenta ao investidor o prazo em meses necessários para que o capital investido retorne. No cenário pessimista, o prazo calculado foi de 15,78 meses, já o retorno no cenário realista foi de 7,38 meses, enquanto que, no otimista, foi de 4,82 meses.

Foi possível comparar o resultado apresentado no site Sua Franquia, um portal de negócios voltado para compra de franquias nos mais variados segmentos (FRANQUIAS..., 2016). Utilizou-se, como franquia de comparação, a empresa Nosso Bar, que possui mais de 708 unidades no Brasil, e é do mesmo ramo de negócio. Verificou-se que essa franquia possui um prazo de retorno de 12 a 20 meses. Isso mostra uma condição favorável à abertura do bar de drinques *frozen*, em virtude de que o estudo apresentado aponta de 5 a 16 meses, aproximadamente. Essa informação também possibilita compreender que as estratégias adotadas pela empresa estão favoráveis em relação à prática do mercado atual.

7.2 LUCRATIVIDADE

De acordo com Hisrich, Peters e Sheperd (2014), a lucratividade pode ser entendida como a capacidade da organização de converter as suas vendas em lucro. Padoveze (2012) contribui descrevendo que a lucratividade pode ser entendida, ou até mesmo denominada como margem de lucro; é a relação direta do lucro com as receitas obtidas ou simplesmente vendas efetuadas.

Figura 2 – Lucratividade nos cenários estudados

Lucratividade (%)	=	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$	=	$\frac{\text{R\$ 4.435,60}}{\text{R\$ 17.836,00}}$	=	24,87%
PESSIMISTA						
Lucratividade (%)	=	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$	=	$\frac{\text{R\$ 9.485,66}}{\text{R\$ 25.480,00}}$	=	37,23%
REALISTA						
Lucratividade (%)	=	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$	=	$\frac{\text{R\$ 14.535,73}}{\text{R\$ 33.124,00}}$	=	43,88%
OTIMISTA						

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

Os índices de Lucratividade apresentados são de 24,87% no cenário pessimista, 37,23% no realista e, no cenário otimista, 43,88% . Na prática, isso significa que a empresa irá agregar R\$ 37,23 a cada R\$ 100,00, depois de pagar todas as despesas e impostos no cenário realista.

7.3 RENTABILIDADE

De acordo com Fonseca (2009), a rentabilidade pode ser definida como o grau de sucesso econômico em relação ao investimento feito, ou seja, representa a remuneração alcançada pelos investidores ou proprietários durante determinado exercício.

Figura 3 – Rentabilidade nos cenários estudados

Rentabilidade (%) =	Lucro Líquido	x100	R\$ 4.435,60	=	6,34%
PESSIMISTA	Investimento Total		R\$ 70.000,00		
Rentabilidade (%) =	Lucro Líquido	x100	R\$ 9.485,66	=	13,55%
REALISTA	Investimento Total		R\$ 70.000,00		
Rentabilidade (%) =	Lucro Líquido	x100	R\$ 14.535,73	=	20,77%
OTIMISTA	Investimento Total		R\$ 70.000,00		

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

O indicador demonstra quanto representa a renda mensal para a empresa em relação ao investimento total. Os níveis de rentabilidade apresentados foram de 6,34% no cenário pessimista, já no cenário realista foram de 13,55%, enquanto no cenário otimista o resultado obtido foi de 20,77%. Segundo o empresário Lalo Zanini que possui bares na capital paulista, em uma reportagem para a revista Istoé Dinheiro, afirma que a rentabilidade média dos bares fica em torno de 5%. Através desse comparativo é possível verificar que, cumprindo-se o cenário realista, temos uma empresa operando com uma rentabilidade 271% acima do restante médio do seu segmento.

8 CONCLUSÃO

O objetivo geral deste trabalho foi aplicar a Contabilidade de Custos e o Planejamento Financeiro na abertura de um bar de drinques estilo *frozen* no bairro Cidade Baixa de Porto Alegre, por meio do escopo de um plano de negócios. Com o estudo da Contabilidade de Custos, foi possível dimensionar o investimento inicial, o custo por drinque, a mão de obra, a depreciação, entre outros. Com a construção de cenários e o cálculo dos indicadores, também foi possível traçar o Planejamento Financeiro da empresa e verificar a sua viabilidade.

Verificou-se que o estudo da Contabilidade é imprescindível na abertura e na manutenção de qualquer empresa, independente do seu ramo ou finalidade. Deve-se ressaltar também a necessidade dos Contadores de hoje apresentarem um perfil de liderança, atuando no centro do processo. Para isso, o contador deve ter uma formação cultural acima da média e

participar ativamente da tomada de decisões, seja reunindo informações, seja de fato tornando-se protagonista desse processo.

Devido à inexistência de outro bar de drinques *frozen* no bairro Cidade Baixa de Porto Alegre, a pesquisa exploratória mostrou-se eficaz na mensuração e aplicabilidade dos custos e do Planejamento Financeiro. Foi possível verificar que o negócio em questão possui um baixo custo de investimento inicial, comparado aos demais de mesmo segmento, bem como uma alta margem de contribuição por drink vendido. Analisando os indicadores econômicos, conclui-se que, mesmo em um cenário realista, as perspectivas de sucesso do negócio são favoráveis. Ao se comparar os indicadores obtidos neste trabalho com os de segmentos alimentícios e de bares, não foi encontrada nenhuma outra possibilidade de se obter um retorno do investimento em aproximados 7 meses, 37,23% de rentabilidade e uma lucratividade de 13,55%, como projetado no cenário realista em questão. Mesmo ao analisar o cenário pessimista, as perspectivas são boas, pois, além de apresentar um lucro líquido ao final do exercício, os indicadores também demonstraram que o retorno sobre o investimento pode ocorrer em aproximados 16 meses, com uma rentabilidade de 6,34% e uma lucratividade de 24,87%. Em se concretizando o cenário otimista, o qual apresentou os indicadores de rentabilidade e lucratividade no patamar de 20,77% e 43,88% respectivamente, e um retorno sobre o investimento de aproximados 5 meses, tem-se a possibilidade de repercutir a ideia através de uma rede de franquia no mesmos moldes da rede Fat Tuesday, a qual foi a fonte inspiradora deste estudo.

Contudo, há de ressaltar-se que o presente estudo não é conclusivo, pois não engloba outras áreas que afetam a pesquisa de mercado, o planejamento de marketing e as estratégias a serem adotadas a partir dos indicadores encontrados. Nessas questões, o profissional Contábil deve ser inovador e acrescer novos ofícios, e, assim, passar a exercer maiores responsabilidades frente às empresas, ao assumir o papel de gestor. Com a profundidade do presente estudo enraizado na Contabilidade de Custos e no Planejamento Financeiro, é possível determinar um parecer favorável à abertura do negócio, não excluindo uma maior profundidade de estudo em outras áreas que o Contador do futuro possa ou não absorver.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. **Curso de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2008.

BUSCAPÉ. **Buscapé Company Informação e Tecnologia**, São Paulo, 2016a. Disponível em: <<http://www.buscape.com.br>>. Acesso em: 21 maio 2016.

BRASIL. **Consolidação das Leis do Trabalho**. Decreto-Lei nº 5.442, de 01.mai.1943. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/De15452compilado.htm>. Acesso em: 03 mai. 2016.

CAFETERIAS reforçam estoque de chantili para os clientes sazonais. **Valor Econômico**, São Paulo, 30 jun. 2011. Disponível em: <<http://www.pressreader.com/>>. Acesso em: 5 jun. 2016.

CASAROTTO FILHO, N. **Elaboração do projetos empresariais: análise estratégica, estudo de viabilidade e plano de negócios**. São Paulo: Atlas 2009.

COCHLAR, M. L. S. **Metodologia para o diagnóstico do desempenho de empresas de pequeno porte prestadoras de serviços**. 2000. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Faculdade de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC n.º 1027, de 15 de abril de 2005**. Aprova a NBC T19.5 — Depreciação, Amortização e Exaustão. Brasília, 2005. Disponível em: <http://cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES_1136.doc>. Acesso em: 10 maio 2016.

CORAL, E. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

CREPALDI, S. A. **Contabilidade gerencial: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

DAVES, J. **Coquetéis: o guia completo**. São Paulo: Quatro Publishing, 2014.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FABRÍCIO, A. F. Boêmia na Cidade Baixa. **Zero Hora**, Porto Alegre, 20 jun. 2003. Folha Empresa, Caderno 2, p. 12.

FERREIRA, R. J. **Contabilidade de custos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Ferreira, 2007.

FONSECA, J. W. F. **Administração financeira e orçamentária**. Curitiba: IESDE Brasil, 2009.

FRANCO, H. **Contabilidade geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

FRANQUIAS por segmento e ramos. **SuaFranquia.com**, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.suafranquia.com/franquias/segmento/>>. Acesso em: 20 maio 2016.

FURASTÉ, P. A. **Normas técnicas para o trabalho científico: elaboração e formatação**. 14. ed. Porto Alegre: Dáctilo Plus, 2006.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2012:** relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2012. Disponível em:
<http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202012.pdf>. Acesso em: 10 maio 2015.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- HISTÓRIA dos coquetéis. **Drinquedia**, [S.l.], 2016. Disponível em:
<<http://www.drinquedia.com/drinques/historias>>. Acesso em: 10 maio 2016.
- ITENS necessários para montar um bar. **Tudo de Bar**, Belo Horizonte, 2015. Disponível em:
<<http://www.tudodebar.com.br/dicas/o-que-e-necessario-para-montar-um-bar>>. Acesso em: 20 maio 2016.
- IUDÍCIBUS, S. et al. **Contabilidade introdutória**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- LA CRUZ, J. A. **Plano de negócio: passo a passo**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.
- MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005. v.1.
- MEGLIORINI, E. **Custos: análise e gestão**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MERCADO livre. **MercadoLivre**, Santana de Parnaíba, 2016. Disponível em:
<www.mercadolivre.com.br>. Acesso em: 21 maio 2016.
- OLIVEIRA, A. A. et al. **Contabilidade de custos: temas atuais**. Curitiba: Juruá, 2008.
- PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial**. Curitiba: IESDE, 2012.
- PADOVEZE, C. L.; TARANTO, F. C. **Orçamento empresarial: novos conceitos e técnicas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.
- PAVANI, C.; DEUTSCHER, J. A.; LOPES, S. M. **Plano de negócios: planejando o sucesso de seu empreendimento**. Rio de Janeiro: Minion, 2010.
- ROSA, C. A. **Como elaborar plano de negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007.
- SÁ, A. L. **Contabilidade geral**. São Paulo: Nacional, 1998.
- SANTOS, J. J. **Formação de preços e do lucro**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- SANTOS, R. V. **Aplicação do custo de oportunidade às decisões de preço de venda sob o enfoque do custeio direto**. São Paulo: Atlas, 2000. (Boletim IOB - Pasta Temática Contábil e Balanços, 12).
- SILVA, W. **Introdução à gestão da informação**. São Paulo: Alínea, 2003.

VIEIRA, D. Como montar um bar. **Pequenos Negócios Lucrativos**, [S.l.], 2015. Disponível em: <<http://pequenosnegocioslucrativos.com.br/como-montar-um-bar-passo-a-passo/>>. Acesso em: 20 maio 2016.

VIEIRA, E. **Iniciação a contabilidade de custos**. Apostila Contabilidade de Custos I. 2 semestre do curso Ciências Contábeis. Ijuí: Unijui, 2008.

WERNKE, R. **Gestão financeira**: ênfase em aplicações e casos nacionais. Rio de Janeiro: Saraiva, 2008.