Francis Alencar Prado

ENTREVERO & TROPEIRO EXPRESSO DA 277

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Empresarial, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

José Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal

Orientadora

Curitiba – PR

2016

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, Entrevero & Tropeiro Expresso da 277**,** elaborado por Francis Alencar Prado e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Empresarial, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Curitiba, ___/___/2016

_____

José Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

_____

Denise Oldenburg Basgal

Orientadora

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno Francis Alencar Prado, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Empresarial, Turma MBAGE 2/14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE, no período de 29/09/2014 a 13/07/2016, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Entrevero & Tropeiro Expresso da 277 é autêntico e original.

Curitiba, 13/07/2016

_____

Francis Alencar Prado

Dedicatória

Dedico este trabalho ao meu pai, eterno incentivador de meus estudos.

Agradecimentos

Aos colegas que, de graduações e vivências diferentes, apresentaram-me maneiras diferentes de enxergar o mundo;

aos professores que, pelas aulas e experiências de vida comentadas, trouxeram mais conhecimento para minha vida;

e ao ISAE que, pela organização e escolha dos mestres, proporcionou-me esta oportunidade de sucesso.

RESUMO

Este projeto trata-se da análise da viabilidade para empreendimento comercial, setor de alimentação, médio/ alto padrão, localizado às margens da BR 277 em Campo Largo.

Este empreendimento busca atender o mercado de viajantes e da população de Campo Largo, com razoável poder aquisitivo e que tenham interesse em uma alimentação rápida e de qualidade.

O trabalho tem como objetivo elaborar todo um plano de negócios para um restaurante estilo *drive thru* a fim de analisar a viabilidade do projeto.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logomarca 14

Figura 2 – Análise de SWOT 18

Figura 3 – Matriz Competitiva de Porter 19

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Composição acionária da empresa 12

Tabela 2 – Percentual de classes no Brasil em 2015 16

Tabela 3 – Previsão de refeições mensal 17

Tabela 4 – Cálculo da área construída 22

Tabela 5 – Cálculo da área aberta..... 23

Tabela 6 – Lista e valor dos equipamentos, móveis e utensílios 24

Tabela 7 – Estimativa de estoque inicial 25

Tabela 8 – Prazo médio de vendas 25

Tabela 9 – Prazo médio de compras 25

Tabela 10 – Necessidade média de estoque 26

Tabela 11 – Necessidade líquida de capital de giro 26

Tabela 12 –Caixa Mínimo 26

Tabela 13 – Investimentos pré-operacionais 27

Tabela 14 – Investimento total 27

Tabela 15 – Estimativa de faturamento mensal 28

Tabela 16 – Feijão Tropeiro: Estimativa de custos dos ingredientes 28

Tabela 17 – Entrevero: Estimativa de custos dos ingredientes 28

Tabela 18 – Cálculo do custo das mercadorias vendidas 29

Tabela 19 – Cálculo do custo dos impostos 29

Tabela 20 – Cálculo dos custos de mão de obra 30

Tabela 21 – Cálculo dos custos de depreciação 30

Tabela 22 – Cálculo do valor de locação 31

Tabela 23 – Cálculo dos custos fixos 32

Tabela 24 – Resultado operacional 32

Tabela 25 – Cálculo do ponto de equilíbrio 33

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO 10

2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL 11

2.1. IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO 12
2.2. REFERENCIAL ESTRATÉGICO 13
2.3. VANTAGENS COMPETITIVAS. 13
2.4. MARCA 13
2.5. MERCADOS 14
2.6. FORNECEDORES 14

3. ANÁLISE DE MERCADO 15

3.1. DOS FATOS 15
3.2. DAS PREMISSAS 16
3.3. DA ESTIMATIVA DE CLIENTES 16

4. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA 18

4.1. DESCRIÇÃO DETALHADA 18
4.2. ANÁLISE DE SWOT 18
4.3. MATRIZ COMPETITIVA DE PORTER 19
4.4. MARKETING MIX - QUATRO P'S 20
4.5. DIFERENCIAL DO MERCADO 21

5. PLANO OPERACIONAL 22

5.1. INFRA-ESTRUTURA 22
5.2. TECNOLOGIA ADOTADA 23
5.3. RECURSOS 23

6. PLANO FINANCEIRO 24

6.1. INVESTIMENTO TOTAL 24
6.2. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL 27
6.3. ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA-PRIMA 28
6.4. APURAÇÃO DOS CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS 29
6.5. ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE IMPOSTOS 29
6.6. ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA 30
6.7. ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO 30
6.8. ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS 31
6.9. DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS 32
6.10. INDICADORES DE VIABILIDADE 33

7. CONCLUSÃO 35

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 38

9. ANEXOS 40

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Realizar um estudo de viabilidade de sua primeira empresa não é uma das tarefas mais fáceis, entretanto a elaboração prévia de um plano de negócios é fundamental para reduzir o risco de “queimar” todas as suas economias adquiridas na vida.

Luiz Antônio Bernardi, em sua obra demominada Manual de Plano de Negócios, ressalta que:

> A maneira mais consistente de melhorar as chances de sucesso de um empreendimento sem, no entanto, garanti-lo está diretamente relacionada, num primeiro momento, a um planejamento do negócio.

Segundo matéria Alimentação em bares e restaurantes cresce no Brasil divulgada no Portal Brasil, em 02/12/2012 a taxa de mortalidade das empresas semelhantes é alta, e sobreviverá no mercado apenas aquelas que estiverem melhores preparadas.

> Em 2010, 58% das empresas de pequeno porte fecharam as portas antes de completar cinco anos.

Desta forma, o projeto a ser analisado irá valer-se do conhecimento de gastronomia de familiares a fim de criar um restaurante que, ao mesmo tempo apresentará excelência na elaboração dos pratos tradicionais, o feijão tropeiro de Minas Gerais e o entrevero oriundo de Santa Catarina, trazendo uma solução rápida de alimentação no local ou fora dele e que seja viável economicamente para o público estabelecido - viajantes da BR 277 e da população em Campo Largo, com

razoável poder aquisitivo, e que tenha interesse em uma alimentação rápida e de qualidade.

Em contra partida, como descreve Lauri Martins no guia do Sebrae de *"Como montar um restaurante self-service",* há uma expectativa grande de mercado para as empresas que servem refeições, uma vez que:

> A refeição fora de casa deixou de ser uma opção de lazer e passou a ser uma questão de necessidade. É uma tendência dentro do que se pode chamar de terceirização dos serviços familiares, acompanhadas pelo surgimento de outros serviços, como a venda de comida congelada, entrega de pizzas em domicílio e lavanderias de auto-serviço.

O trabalho terá como objetivos a montagem de todo o plano de negócio do estabelecimento, a fim de analisar o mercado, produto e estruturação da empresa, para subsidiar a decisão mais importante, de um potencial empreendedor: - vale a pena montar o negócio?

Eis o desafio que apresentaremos a seguir...

2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL

Esta análise de empreendimento busca identificar a viabilidade de atender o mercado de viajantes e da população de Campo Largo, com razoável poder aquisitivo e que tem interesse em uma alimentação rápida, saborosa e de qualidade nas margens da BR 277 sentido Ponta Grossa.

A proposta em si, trata-se da locação de um terreno e construção de um restaurante em um local de fácil acesso, com *drive thru* de modo a agilizar a compra de uma refeição saborosa tanto para moradores quanto para viajantes, como também proporcionar a estes clientes a opção de degustar, uma saborosa refeição dentro da própria instalação comercial.

2.1. IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO

a) Nome: *Entrevero & Tropeiro da 277 Ltda. – EPP.*
b) Localização espacial: *As margens da rodovia BR 277, km 123 em Campo Largo/PR, próximo ao Posto Quinta.*
c) Localização temporal: *início de implantação mar/2017 e operação dez/2017.*
d) Sócios:
   - majoritário: *Francis de Alencar Prado, 40 anos, solteiro, engenheiro eletricista. Endereço residencial: Rua José Domingues Pereira, 155 casa 06 – Campo Largo/PR – CEP 83606-270.*
   - minoritária: *Sandra Marcon, 45 anos, divorciada e professora. Endereço residencial: Rua Paulo Abdala, 25 – Campo Largo/PR - CEP 83606-480.*
e) Capital Social: *O capital será viabilizado através de recursos próprios dos sócios, conforme tabela 1:*

Nome do Sócio	**Valor do Investimento (R$)**	**% de participação**
Francis de Alencar Prado	120.000,00	66,67
Sandra Marcon	60.000,00	33,33

Tabela 1 – Composição acionária da empresa

f) Enfoque: *Atividade comercial, voltada para o ramo alimentício.*
g) Classificação: *Empresa de Pequeno Porte – EPP.*

2.2. REFERENCIAL ESTRATÉGICO

De modo a nortear o negócio, após definir a identidade organizacional da empresa, está estabelecido seguinte referencial estratégico para Entrevero & Tropeiro da 277:

- Missão: *Ser referência no ramo de alimentação saborosa e rápida no Paraná.*
- Visão: *Ser o melhor restaurante do município de Campo Largo até 2020.*
- Valores: *Qualidade do produto; preço justo; rapidez no atendimento; limpeza e organização; ética e respeito às pessoas*.

2.3. VANTAGENS COMPETITIVAS.

Considerando as atribulações da vida moderna de hoje, não é possível perder tempo para nada e, ao mesmo tempo, também não se pode deixar de lado os prazeres da vida, como degustar uma boa comida.

As vantagens competitivas deste negócio estão relacionadas com o padrão da qualidade das refeições, tempo de espera para elaboração do prato e possibilidade de uso de *drive thru*, como veremos adiante, com maiores detalhes.

2.4. MARCA

A logomarca criada com as bandeiras dos estados busca correlacionar as comidas típicas com os estados de origem.

Figura 1 – Logomarca

2.5. MERCADOS

O mercado na qual a empresa busca sua participação abrange as classes A e B, tanto do município de Campo Largo e região como também dos usuários da BR 277 que passão em frente ao estabelecimento.

2.6. FORNECEDORES

Os fornecedores do Entrevero & Tropeiro Expresso da 277, são:

a) Bebidas

Atendimento por distribuidores locais, de duas grandes marcas: Ambev e Pepsico.

b) Matérias primas para elaboração dos pratos

O restaurante tem como foco a aquisição de produtos de fornecedores conceituados, com o objetivo de maximizar a qualidade dos produtos.

Assim, a JBS e a BRF são as principais fornecedoras de ingredientes relacionados à categoria carne, como linguiças, paio, maminha, etc..

As demais matérias primas como feijão, verduras, etc. são previstas de serem adquiridas de fornecedores com qualidade comprovada, além de passarem por uma inspeção visual no momento do recebimento.

3. ANÁLISE DE MERCADO

Considerando que o nosso público alvo é composto de clientes das classes A e B, basicamente do município de Campo Largo e usuários da BR 227, realizamos a seguinte análise:

3.1. DOS FATOS

a) a população do município de Campo Largo foi estimada em 124.098 habitantes para 2015 (fonte de dados: IBGE);
b) em Campo Largo existem 31 restaurantes, sendo 3 localizados às margens da BR 277;
c) o fluxo médio de veículos que utilizam a rodovia é de 13 mil por dia, conforme dados divulgados na página institucional da CCR RodoNorte, concessionária responsável pela administração da rodovia;
d) os percentuais estimados das classes sociais no Brasil para 2015 e divulgados no IBOPE, são apresentados na tabela 2.

Classe	Brasil	Sudeste	Sul	Nordeste	Centro Oeste	Norte
A	2,7%	3,3%	3,2%	1,1%	3,7%	1,5%
B1	5,0%	7,0%	6,3%	2,1%	5,7%	2,5%
B2	18,1%	22,7%	21,3%	10,2%	20,3%	11,2%
C1	22,9%	27,3%	29,0%	14,9%	22,6%	14,4%
C2	24,6%	23,9%	24,5%	24,5%	25,9%	28,2%
D-E	26,6%	15,9%	15,6%	47,2%	21,8%	42,1%

Tabela 2 – Percentual de classes no Brasil em 2015

3.2. DAS PREMISSAS

a) em relação aos usuários da rodovia, durante as 24 horas do dia, apenas os clientes classe A e B que passam na porta do restaurante entre 11h30 e 14h30 serão potenciais fregueses - índice: 3/24= 12,5%;
b) cada veículo em trânsito na BR 277 tem em média 2 passageiros;
c) 16% da população almoça fora durante a semana e 24% da população almoça fora no final de semana (fonte de dados: pesquisa da GfK publicada no site do Diário dos Campos, em 17/08/2012);
d) a estimativa inicial de clientes oriundos da rodovia que vão almoçar no restaurante considera a média disponível de público, dividida pelo nº de restaurante da situação específica.

3.3. DA ESTIMATIVA DE CLIENTES

Considerando as informações abaixo:

- População do município de Campo Largo (PM) = 124.098
- Percentual da população na classe A e B na região sul (%C) = 30,8%
- Percentual de pessoas que almoçam fora todos os dias (%PATD) = 16%

- Percentual de pessoas que almoçam fora nos finais de semana (%PAFS) = 24%

- Total de restaurantes no munícipio (TRM) = 34

- Total de restaurantes em Campo Largo na BR 277 (TRBR0 = 4

- Quantidade de usuários na estrada (QU) = 13.000

- Quantidade de veículos passando em frente ao restaurante na hora do almoço (%VA) = 0,125

- Média de passageiros por veículo (MP) = 2

Chegamos aos seguintes cálculos de clientes no restaurante:

- Oriundos de Campo Largo (durante cada um dos dias da semana):

  PM x %C x %PATD / TRM = 222 clientes por dia

- Oriundos de Campo Largo (durante cada um dos dias da semana):

  PM x %C x %PAFS / TRM = 332 clientes por dia

- Oriundos dos usuários da BR 277 (durante cada um dos dias da semana)

  QU x %VA x MP x %C x %PATD / TRBR= 85 clientes por dia

A partir dos cálculos efetuados acima, considerando 22 dias úteis e 8 dias de final de semana por mês, chegamos a 10.090 refeições mensais, conforme apresentado na tabela abaixo:

		Quant. de refeições	
	local	diária	mensal
Durante a semana	Campo Largo	222	4884
	BR 277	85	1870
	Total parcial	*307*	*6754*
Fim de semana	Campo Largo	332	2656
	BR 277	85	680
	Total parcial	*417*	*3336*
	Total geral	**-**	***10090***

Tabela 3 – Previsão de refeições mensal

4. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

4.1. DESCRIÇÃO DETALHADA

Com o objetivo de montar a estratégia da empresa, utilizamos as seguintes ferramentas para a montagem da empresa com eficácia e em consonância com a realidade a ser apresentada:

4.2. ANÁLISE DE SWOT

Objetivando identificar a posição competitiva da Entrevero & Tropeiro da 277 no mercado atuante, frente ao nosso processo e ao mercado externo, foi elaborada a análise de SWOT, apresentada na figura 2:

Forças	**Oportunidades**
- custo benefício do produto - tempo de espera - localização a beira da rodovia	- criar um novo produto voltado para alimentação saudável
Fraquezas	Ameaças
- poucas opções de alimentação - fora da região central do município - elevado custo de investimento - elevado endividamento da empresa	concorrentes começarem a oferecer o mesmo produto

Figura 2 – Análise de SWOT

4.3. MATRIZ COMPETITIVA DE PORTER

Considerando a matriz competitiva apresentada na figura 3, realizamos as seguintes análises para as cinco forças mencionadas no ambiente setorial, e em relação à Entrevero & Tropeiro da 277:

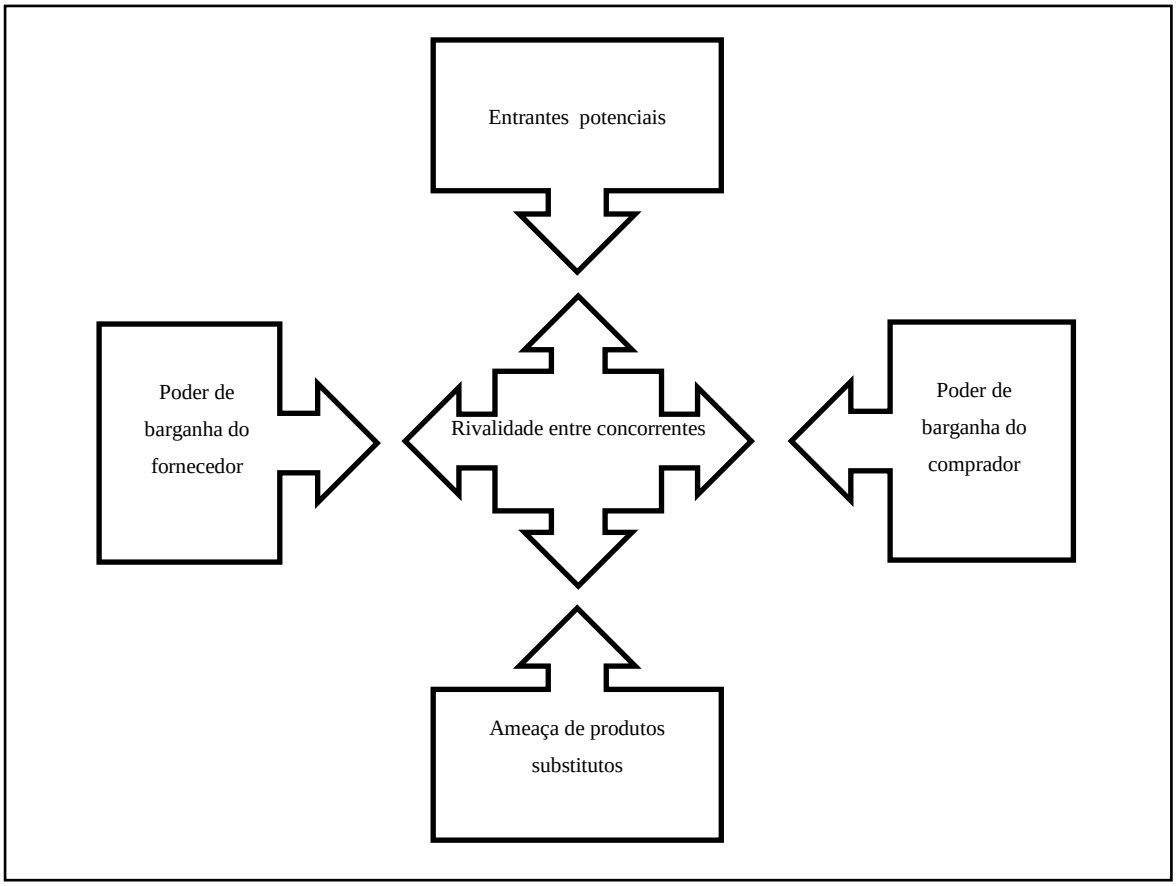

Figura 3 – Matriz Competitiva de Porter

a) Rivalidade entre concorrentes
   - concorrentes numerosos e bem equilibrados;
   - possibilidade de desenvolverem produtos semelhantes.

b) Entrantes em Potenciais

- Empresas com maiores recursos financeiros, podendo gerar uma concorrência desleal em relação aos preços.

c) Ameaça de produtos substitutos

- Propensão de substituírem o à Entrevero & Tropeiro da 277 por sanduíches, churrascos e lanches de empresas consolidadas no mercado e posicionadas em Campo Largo, e na BR 277.

d) Poder de barganha do comprador

- Existência de diversas opções de produtos substitutos.

e) Poder de barganha do fornecedor

- Mercado de bebidas polarizado basicamente entre dois fornecedores;
- Poucos fornecedores de carne com garantia de qualidade.

Tendo como análise a matriz competitiva de Porter, estalece as seguintes ações para a sobrevivência da empresa:

a) estratégia de estabelecimento da marca, a fim de criar identidade e fidelização do cliente;

b) prospecção de novos fornecedores de carnes;

c) foco nos diferenciais que a empresa terá no mercado: agilidade na preparação, comida saborosa e com preço justo.

4.4. MARKETING MIX - QUATRO P’S

A fim de agregar valor ao Entrevero & Tropeiro Expresso da 277 a estratégia de Marketing foi elaborada com o intuito de ganhar penetração no mercado e um diferencial atrativo para o cliente.

Sendo assim, o Composto de Marketing definido está pautado na seguinte estratégia:

- **Produto**: além da seleção dos fornecedores, os pratos serão inspecionados e fornecidos sempre aquecidos e embalagens especiais quando para viagem.
- **Preço**: o preço será definido como justo, do ponto de vista das classes A e B, considerando a qualidade percebida e a prática do mercado.
- **Praça**: o restaurante será construído em um ponto estratégico, em Campo Largo, às margens da BR 277 sentido Ponta Grossa. Haverá a possibilidade do cliente sentar-se para realizar as refeições, ou através do *drivre thru*, adquirir sua refeição de maneira rápida para a viagem.
- **Promoção**: será criada marca para a empresa com o objetivo de diferenciar o restaurante e criar a identificação visual do mesmo. Será realizada propaganda em outdoor próxima ao restaurante e, nos primeiros 3 meses, publicidade nos jornais e rádios locais.

4.5. DIFERENCIAL DO MERCADO

Levando em consideração os contratempos e dificuldades que vida moderna apresenta, não se pode perder tempo para nada. Entretanto, também não se pode deixar de lado os prazeres da vida, como alimentar-se de maneira prazerosa.

O grande diferencial de mercado da Entrevero & Tropeiro da 277 é a definição de apenas dois pratos tradicionais, o feijão tropeiro de Minas Gerais e o entrevero oriundo de Santa Catarina, comidas estas saborosas, ágeis de preparação e com preço justo perante os demais substitutos. Estima-se que após efetuado o pedido, em menos de 10 minutos o prato já é servido. Isso agiliza o atendimento, diminui o tempo de espera no *drive thru*, aumenta o *turnover* dos clientes nas mesas, possibilitando assim, o atendimento a um grande público num espaço físico menor.

.

5. PLANO OPERACIONAL

5.1. INFRAESTRUTURA

a) Área construída

O ambiente abrage uma área projetada para ser construída e acomodar 120 pessoas de forma simultânea, sendo disponível também, infraestrutura para salão com trinta mesas, escritório, cozinha, vestiário para funcionários, dispensa e banheiros para clientes, inclusive com espaço para cadeirantes.

		espaço (m2)	
Ambiente	**Quant.**	**Unid**	**total**
salão (espaço das mesas)	30	5	150
salão (área livre)	1	100	100
Escritório	1	7	7
Cozinha	1	70	70
Vestiário funcionários	2	9	18
Dispensa	1	12	12
Banheiros clientes	2	15	30
		Total	***387***

Tabela 4 – Cálculo da área construída

b) Área aberta

O estacionamento deve comportar 30 veículos e o *drive thru* atender simultaneamente dois veículos.

		espaço (m2)	
Ambiente	**Quant.**	**Unid**	**total**
estacionamento	30	20	600
área de circulação	1	320	320
espaço para *drive thru*	2	10	20
		Total	***940***

Tabela 5 – Cálculo da área aberta

5.2. TECNOLOGIA ADOTADA

Será adquirido software de controle financeiro, controle de estoque e DRE para auxiliar o a gestão da empresa.

5.3. RECURSOS

A política da empresa buscará o reconhecimento do empregado, com salários acima do mercado.

6. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro elaborado para a empresa possui as seguintes perspectivas:

6.1. INVESTIMENTO TOTAL

6.1.1. Estimativa de Investimento fixo

Na tabela 6 relacionam-se todos os bens iniciais a serem adquiridos para o início do funcionamento do restaurante e do *drive thru*:

Descrição	Quant.	Valor Unit.	Valor total
Talher	800	R$ 1,50	R$ 1.200,00
Pratos	200	R$ 3,00	R$ 600,00
Travessas	500	R$ 5,00	R$ 2.500,00
Pamelas, frigideiras, potes, etc.	50	R$ 20,00	R$ 1.000,00
Mesas com 4 cadeiras	30	R$ 494,90	R$ 14.847,00
Liquidificador	4	R$ 70,00	R$ 280,00
Batedeira	3	R$ 314,00	R$ 942,00
freezer horizontal	2	R$ 1.599,00	R$ 3.198,00
geladeira	1	R$ 2.364,00	R$ 2.364,00
fogão industrial	2	R$ 1.320,00	R$ 2.640,00
micro ondas	1	R$ 436,00	R$ 436,00
Cervejeira vertical 450	1	R$ 3.995,00	R$ 3.995,00
Computador	3	R$ 3.000,00	R$ 9.000,00
		Total	***R$ 43.002,00***

Tabela 6 – Lista e valor dos equipamentos, móveis e utensílios

6.1.2. Capital de giro

O montante de recursos necessários para o funcionamento da Entrevero & Tropeiro Expresso da 277 é:

6.1.2.1. Estoque inicial

A tabela 7 apresenta a matéria prima estimada para servir 1000 pratos (equivale aproximadamente a 5 dias úteis ou 2 dias de fim de semana):

Descrição	Quant.	Unid.	Valor Unit.	Valor total
Arroz (pacote de 5 kg)	60	pc	R$ 7,85	R$ 471,00
Feijão	200	Kg	R$ 6,50	R$ 1.300,00
Carnes	250	kg	R$ 21,00	R$ 5.250,00
Linguça	250	kg	R$ 17,00	R$ 4.250,00
Legumes e verduras	450	kg	R$ 3,00	R$ 1.350,00
Fubá	150	kg	R$ 3,50	R$ 525,00
Ovo (caixa com 30 dúzias)	2	cx	R$ 103,00	R$ 206,00
Oleo	30	L	R$ 3,39	R$ 101,70
Azeite de oliva	40	frasco	R$ 16,00	R$ 640,00
Outras matérias primas	450	kg	R$ 4,00	R$ 1.800,00
Laranja (cx 25 kg)	2	und	R$ 35,00	R$ 70,00
Cerveja	700	lt	R$ 1,99	R$ 1.393,00
Refrigerante	800	lt	R$ 1,85	R$ 1.480,00
Botijão de gás	5	und	R$ 50,00	R$ 250,00
			Total	***R$ 19.086,70***

Tabela 7 – Estimativa de estoque inicial

6.1.2.2. Caixa

Calculado considerando o prazo médio de vendas e compras e a necessidade média do produto em estoque, conforme tabelas 8, 9 e 10 abaixo:

Prazo Médio	(%)	Nº de dias	Média Ponderada de dias
a vista	40	0	0
30 dias	60	30	18
Total			***18***

Tabela 8 – Prazo médio de vendas

Prazo Médio	(%)	Nº de dias	Média Ponderada de dias
a vista	50	0	0
30 dias	50	30	15
Total			***15***

Tabela 9 – Prazo médio de compras

	Média de dias
Necessidade média de estoque	**5**

Tabela 10 – Necessidade Média de Estoque

A partir dessas informações, calcula-se a necessidade líquida de capital de giro em dias e o caixa mínimo, conforme apresentado nas tabelas 11 e 12.

	Nº de dias
Recursos da empresa fora de seu caixa	
1- Contas a receber	18
2- Estoques	5
Subtotal 1	23
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3- Fornecedores (prazo de compra)	15
Subtotal 2	15
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	8

Tabela 11 – Necessidade Líquida de Capital de giro

	Nº de dias
Recursos da empresa fora de seu caixa	
1. Custo fixo mensal	R$ 57.087,10
2. Custo variável mensal	R$ 172.626,06
3. Custo total da empresa	R$ 229.713,16
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
4. Custo total diário	R$ 7.657,11
5. Necessidade Líquida de Capital de Gi	8
Total de B – Caixa mínimo	R$ 61.256,84

Tabela 12 – Caixa Mínimo

6.1.3. Investimento pré-operacionais

O imóvel a ser locado precisa passar por uma reforma e adequação a fim de atender as necessidades desse projeto. Antes da inauguração está previsto, além das despesas com legislação, divulgação em rádio local e jornal de Campo Largo e treinamento de funcionários, conforme tabela abaixo:

Investimentos pré-operacionais	R$	
Despesas de legalização	R$	5.000,00
Obras civis e/ou reformas	R$	40.000,00
Divulgação	R$	3.000,00
Cursos e treinamentos	R$	1.000,00
Total	R$	49.000,00

Tabela 13 – Investimentos pré-operacionais

6.1.4. Investimento Total

O investimento total no empreendimento está calculado na tabela 14.

	R$
Estimativa de Investimento Fixo	R$ 43.002,00
Capital de giro (estoque inicial e caixa mínimo)	R$ 80.343,54
Investimentos pré-operacionais	R$ 49.000,00
Total	R$ 172.345,54

Tabela 14 – Investimento total

6.2. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL

A previsão de vendas é servir 200 pratos durante os dias da semana e 500 pratos nos finais de semana. Como receita adicional, serão comercializadas bebidas, guloseimas e sorvetes.

Estima-se que, em média 50% deste público bebe um refrigerante ou um suco, enquanto os outros 50% ingerem o equivalente proporcional a uma cerveja e meia. Um quarto desse público consume outros produtos, como sorvete, bala,

chocolate, etc. a um preço médio de R$2,00, tendo a tabela 15 representado a quantidade estimada de vendas e faturamento mensal.

Produto	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço Venda (Unid.)	Faturamento Total
Refeições (tropeiro ou entrevero)	10090	R$ 16,00	R$ 161.440,00
Refrigenante	5045	R$ 3,00	R$ 15.135,00
Cerveja	7568	R$ 3,50	R$ 26.488,00
Outros	2522	R$ 2,00	R$ 5.044,00
Total	-	-	**R$ 208.107,00**

Tabela 15 – Estimativa de faturamento mensal

6.3. ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA-PRIMA

Os custos dos ingredientes para elaboração dos pratos principais estão estimados abaixo:

Descrição	Quant.	Unid.	Valor Unit.	Valor total
Arroz (pacote de 5 kg)	0,3	kg	R$ 1,57	R$ 0,47
Feijão	0,4	g	R$ 6,50	R$ 2,60
Carnes	0,15	kg	R$ 21,00	R$ 3,15
Linguiça	0,15	kg	R$ 17,00	R$ 2,55
Legumes e verduras	0,05	kg	R$ 3,00	R$ 0,15
Ovo (caixa com 30 dúzias)	1	Unid.	R$ 0,28	R$ 0,28
Outros	1	-	R$ 0,50	R$ 0,50
Total				***R$ 9,70***

Tabela 16 – Feijão Tropeiro: Estimativa de custos dos ingredientes por porção

Descrição	Quant.	Unid.	Valor Unit.	Valor total
Polenta (fubá)	0,3	kg	R$ 3,50	R$ 1,05
Carnes	0,25	kg	R$ 21,00	R$ 5,25
Linguiça	0,25	kg	R$ 17,00	R$ 4,25
Outros	1	-	R$ 0,50	R$ 0,50
Total				***R$ 10,55***

Tabela 17 – Entrevero: Estimativa de custos dos ingredientes por porção

6.4. APURAÇÃO DOS CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS

O custo das mercadorias vendidas é calculado considerando basicamente para a venda de tropeiro, entrevero, bebidas e outros, sendo:

Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais/Aquisição (R$)	CMV (R$)
Tropeiro	5090	9,70	49373
Entrevero	5000	10,55	52750
Refrigerantes	5045	1,85	9333,25
Cerveja	7568	1,99	15060,32
Outros	2522	1,40	3530,8
Total	**25225**	**-**	**130047,37**

Tabela 18 – Cálculo do Custo das mercadorias vendidas

6.5. ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE IMPOSTOS

A Entrevero & Tropeiro da 277, pelo faturamento estimado em R$ 2.497.284,00 será uma Empresa de Pequeno Porte - EPP, tendo seus impostos estabelecidos na *"tabela I da LEI COMPLEMENTAR Nº 139, DE 10 DE NOVEMBRO DE 2011 - "Alíquotas e Partilha do Simples Nacional – Comércio"* conforme demonstrado no anexo I, sendo os cálculos para este negócio apresentados na tabela 19.

	Faixa de alíquota	Entrevero & Tropeiro da 277
Receita Bruta em 12 meses (em R$)	De 2.340.000,01 a 2.520.000,00	R$ 2.497.284,00
Alíquota	10,23%	R$ 255.472,15
IRPJ	0,47%	R$ 11.737,23
CSLL	0,47%	R$ 11.737,23
Cofins	1,42%	R$ 35.461,43
PIS/Pasep	0,34%	R$ 8.490,77
CPP	4,05%	R$ 101.140,00
ICMS	3,48%	R$ 86.905,48
Total		**R$ 510.944,31**

Tabela 19 – Cálculo do custo dos impostos

6.6. ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA

A estimativa de custos com mão de obra é realizada considerando a empresa optante pelo SIMPLES, cálculo de mensalista, conforme anexo II deste documento, e dados apresentados para esta empresa na tabela 20.

Função	Quant. Empr.	Salário Mensal (R$)	(%) de Encargos	Valor Total
Cozinheiro	2	1700	33,77%	R$ 4.548,18
Faxineira	1	1000	33,77%	R$ 1.337,70
Atendente (drive thru)	2	1200	33,77%	R$ 3.210,48
Auxiliar de balcão	1	1000	33,77%	R$ 1.337,70
Garçom	3	1300	33,77%	R$ 5.217,03
			Valor total da folha:	**R$ 15.651,09**

Tabela 20 – Cálculo dos custos de mão de obra

6.7. ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO

Considerando a lista e valor dos equipamentos, móveis e utensílios, calcula-se a depreciação na tabela 21.

Descrição	Quant.	Valor Unit.	Valor total	Vida útil (anos)	Depreciação Anual	Depreciação mensal
Talher	800	R$ 1,50	R$ 1.200,00	10	R$ 120,00	R$ 10,00
Pratos	200	R$ 3,00	R$ 600,00	10	R$ 60,00	R$ 5,00
Travessas	500	R$ 5,00	R$ 2.500,00	10	R$ 250,00	R$ 20,83
Pamelas, frigideiras, potes, etc.	50	R$ 20,00	R$ 1.000,00	10	R$ 100,00	R$ 8,33
Mesas com 4 cadeiras	30	R$ 494,90	R$ 14.847,00	10	R$ 1.484,70	R$ 123,73
Liquidificador	4	R$ 70,00	R$ 280,00	5	R$ 56,00	R$ 4,67
Batedeira	3	R$ 314,00	R$ 942,00	5	R$ 188,40	R$ 15,70
freezer horizontal	2	R$ 1.599,00	R$ 3.198,00	5	R$ 639,60	R$ 53,30
geladeira	1	R$ 2.364,00	R$ 2.364,00	5	R$ 472,80	R$ 39,40
fogão industrial	2	R$ 1.320,00	R$ 2.640,00	5	R$ 528,00	R$ 44,00
micro ondas	1	R$ 436,00	R$ 436,00	5	R$ 87,20	R$ 7,27
Cervejeira vertical 450	1	R$ 3.995,00	R$ 3.995,00	5	R$ 799,00	R$ 66,58
Computador	3	R$ 3.000,00	R$ 9.000,00	3	R$ 3.000,00	R$ 250,00
		Total	***R$ 43.002,00***	-	***R$ 7.785,70***	***R$ 648,81***

Tabela 21 – Cálculo dos custos de depreciação

6.8. ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS

6.8.1. Locação

O valor de imóvel novo no Ouro Verde está calculado entre R$ 2.700,00 e R$ 2.800 o m^2 *(fonte de dados: Revista Exame edição 113 . Ano 50 . Nº9. 11/05/2016 - pág.147)* .

Desta forma, para o cálculo do valor do aluguel, adotamos as seguintes premissas:

- valor estimado do m^2 de área aberta: 50% do valor da área construída;
- valor médio de locação de um imóvel: 0,5% do investimento.

Tendo 387m^2 e 940 m^2 respectivamente as metragens das áreas construídas e aberta, conforme item 5.1 do Plano Operacional, calculamos o seguinte preço estimado de aluguel:

Dados do imóvel	**Valor**
Valor do m^2 da região (área construída)	R$ 2.800,00
Valor de área construída (m^2)	387
Valor do m^2 da região - área aberta (estimado em 50% do valor da área construída)	R$ 1.400,00
Valor de área aberta - estacionamento (m^2)	940
Valor do imóvel	***R$ 2.399.600,00***
Percentual médio do bem para locação	0,5%
Custo mensal estimado de locação do imóvel	***R$ 11.998,00***

Tabela 22 – Cálculo do valor de locação

Os cálculos consolidados de todos os demais custos fixos são apresentados na tabela 23.

Descrição Custo	Total Mensal (em R$)
Aluguel	R$ 11.998,00
IPTU*	R$ 4.799,20
Água**	R$ 800,00
Energia elétrica	R$ 1.040,00
Telefone	R$ 150,00
Honorários do contador	R$ 800,00
Pró-labore	R$ 20.000,00
Manutenção dos equipamentos	R$ 700,00
Salários + encargos	R$ 15.651,09
Material de limpeza	R$ 300,00
Material de escritório	R$ 200,00
Depreciação	R$ 648,81
Total	R$ 57.087,10

Tabela 23 – Cálculo dos custos fixos

6.9. DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Após a análise das estimativas de faturamento e dos custos identifica-se que, caso a Entrevero & Tropeiro da 277 opere nestas condições, ocorre prejuízo superior a 21 mil reais mensais em seu resultado operacional, conforme apresentado na tabela 24.

Descrição	(R$)
1. Receita Total com Vendas	R$ 208.107,00
2. Custos Variáveis Totais	
(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV	R$ 130.047,37
(-) Impostos sobre vendas	R$ 42.578,69
Subtotal de 2	R$ 172.626,06
3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R$ 35.480,94
4. (-) Custos Fixos Totais	R$ 57.087,10
5. Resultado Operacional	**-R$ 21.606,16**

Tabela 24 – Resultado operacional

6.10. INDICADORES DE VIABILIDADE

6.10.1. Ponto de Equilíbrio

A fim de identificar o faturamento para pagar todos os custos, calcula-se o seguinte ponto de equilíbrio para a Entrevero & Tropeiro Expresso da 277, conforme demonstrado na tabela 25.

Descrição	Valor
Custo Fixo Total	R$ 57.087,10
Receita Total	R$ 208.107,00
Custo Variável Total	R$ 172.626,06
Índice da Margem de Constribuição	0,17
Ponto de Equilibrio	**R$ 334.834,02**

Tabela 25 – Cálculo do ponto de equilíbrio

6.10.2. Lucratividade

Considerando que o Demonstrativo de Resultados - DRE para as premissas utilizadas inicialmente no projeto deu prejuízo, o projeto está inviável.

Desta forma, iremos considerar a hipótese, a partir deste instante e para todos os cálculos subsequentes que, através de uma atuação do empreendedor, as variáveis dos custos fixos ou de receita da empresa tenham chegado a um resultado tal que gerou um lucro mensal equivalente a R$ 4.000,00.

6.10.3. Rentabilidade

A rentabilidade do projeto é inviável considerando os dados iniciais do projeto.

Considerando uma hipótese apontada no item 6.10.2 de R$ 4.000,00 de lucratividade, teríamos o seguinte retorno do capital investido aos sócios da Entrevero e Tropeiro da 277:

Lucro Líquido Anual: R$ 48.000,00

Investimento Total: R$ 172.345,54

$$Rentabilidade = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Investimento Total}} = \frac{48.000,00}{172.345,54} = 27,85\%$$

6.10.4. Prazo de retorno do investimento - *Payback*

O *payback* do projeto é inviável considerando os dados iniciais do projeto.

Considerando a hipótese informada no item 6.10.2 de R$ 4.000,00 de lucratividade, o tempo necessário para recuperação do investimento no negócio seria:

$$Payback = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{172.345,54}{48.000,00} = 3,6 \text{ anos}$$

6.10.5. VPL - Valor presente líquido

O projeto em si já é inviável considerando os dados iniciais do projeto.

Desta forma, permanecendo a suposição citada no item 6.10.2 que após as intervenções no negócio o mesmo passou a gerar um lucro mensal de R$ 4000.000, temos:

O valor presente líquido do projeto – VPL seria de R$ 39.748,68 para um aporte de capitais (I_0) de R$ 172.345,54, considerando uma duração total (t) do projeto de noventa e seis meses, uma taxa de retorno (i) adequada ao investimento de 16.56% ao ano, ou de 1,38% ao mês, e um lucro recalculado (FC) de R$ 4.000,00.

$$VPL = \text{VP} - I_0 = \frac{\sum FCt}{(1+i)^t} - Io = 39.748{,}68$$

6.10.6. TIR – Taxa interna de retorno

Devido a inviabilidade do projeto original, mantendo a hipótese lançada no item 6.10.2 e as variáveis apontadas no item 6.10.5, teríamos uma TIR de 1.96%,

6.10.7. Índice de Lucratividade Líquida – ILL

Devido a inviabilidade do projeto original, mantendo a hipótese lançada no item 6.10.2 e as variáveis apontadas no item 6.10.5, teríamos uma ILL de 1,23%,

7. CONCLUSÃO

A atividade empreendedora, com diversas variáveis existentes em um processo de abertura de negócios, é extremamente complexa. Por isso, a elaboração prévia de um plano de negócios onde são estudadas, analisadas e simuladas diversas condições da empresa e cenários é, sem sombra de dúvidas, um dos principais fatores para a permeação de sucesso.

Após análise dos fatores econômicos, identificou-se que a empresa montada, na forma original, não é viável economicamente.

Apesar de gerar uma receita mensal de superior a 200 mil reais, os custos fixos e variáveis foram superiores, o que tornou o projeto insustentável.

Analisando todos os dados, foi possível identificar três pontos principais que levariam o projeto a um reestudo, podendo de alguma forma viabilizá-lo:

1º. Horário de funcionamento

No projeto inicial a Entrevero & Tropeiro da 277 funcionaria das 11h30 até às 15 horas. A alteração do horário de funcionamento, possibilitando sua abertura para venda de lanches e jantar, aumentaria consideravelmente a receita da empresa. Entretanto, fatos que também devem ser ponderados previamente são a necessidade de maior quadro de funcionários para suportar os dois turnos, maior disponibilidade de tempo a disposição do negócio pelo empreendedor e aumento do risco de assaltos, uma vez que o comércio foi projetado para ficar na beira da rodovia.

2º. Funcionamento do *drive thru*

Apesar de ser uma proposta inovadora, as variáveis envolvendo a relação da quantidade de clientes atendidos e os custos de:

a) mão de obra - 2 empregados;

b) na locação de um maior espaço físico, e

c) inicial na adequação do imóvel inviabilizaram o projeto.

A sugestão neste caso poderia ser vender a comida para viagem dentro do próprio estabelecimento evitando os custos citados acima ou reanalisar a expectativa de quantidade de clientes para este diferencial competitivo.

3º. Redução dos custos fixos

O pró-labore e os salários foram responsáveis por 62% dos custos fixos da empresa. A quantidade de funcionários, tendo como referência o volume de pratos serviços poderia ser reanalisada, bem como o valor do pró-labore de R$ 20 mil para os sócios, uma vez que foi estimado o funcionamento do restaurante apenas na hora do almoço. Existem ainda outras oportunidades para redução dos custos, como fornecedores alternativos de carnes com custos menores, bem como a eficientização da energia elétrica para uso racional de água, reduzindo os valores dos insumos.

Além dos fatores apontados acima, outros fatores de riscos que devem ser analisados e, de certa forma, mensurados antes da tomada de decisão são:

- Indenizações à clientes por intoxicação alimentar provocada por matéria prima ou guarda inadequada de alimentos;
- Ações trabalhistas requeridas por ex-funcionários ou oriundas de acidentes de trabalho e/ou licenças;
- Ressarcimentos gerados por ocorrências de furto ou danos dentro do estacionamento;
- Macroeconomia, na qual a variação do dólar, chuvas, taxa de desemprego afetam diretamente o preço dos insumos e quantidade de cliente.

Em suma, no caso em questão, conforme resultado indesejável apresentado no plano de negócios, a Entrevero & Tropeiro Expresso da 277 deve repassar por outra bateria de análise antes de entrar em operação.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRÉ NETO, A, et al. **Empreendedorismo e desenvolvimento de novos negócios**. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: Informação e documentação - Referências – Elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

BOGGISS, George Joseph et al. **Matemática financeira**. 11 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

COLLIS, J, & HUSSEY, **Pesquisa em Administração: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. – 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

DIÁRIOS DOS CAMPOS. **Mais de 50% da população faz refeições fora de casa.** 2012. Disponível em: <http://www.diariodoscampos.com.br/variedades/2010/01/mais-de-50-da-populacao-faz-refeicoes-fora-de-casa>. Acesso em: 02 jul. 2016.

Guia de Imóveis 2016. **Exame**, São Paulo, ano 50, n. 9, p.147, mai. 2016

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades@**. 2015. Disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=410420>. Acesso em 26 jun 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA. **Critério Brasil inicia 2015 com nova atualização**. 2015. Disponível em

<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Criterio-Brasil-inicia-2015-com-nova-atualizacao-.aspx>. Acesso em 02 jul.2016.

MARÓSTICA, E, et al. **Inteligência de Mercado.** 1 ed. São Paulo: Cengage, 2014.

PORTAL BRASIL. **Alimentação em bares e restaurantes cresce no Brasil***.* 2014. Disponível em <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/06/alimentacao-em-bares-e-restaurantes-cresce-no-brasil>. Acesso em: 02 jul. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como elaborar um plano de negócios.** 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em 15 Jun. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Ideias de negócio. Como montar um restaurante self-serviçe**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-restaurante-self-service,8c287a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 10 Jun. 2016.

SOUZA, P., et al. **Estimativa do consumo de água em restaurantes na cidade de Cascavel – PR.** 2012. Disponível em <*e-revista.unioeste.br/index.php/actaiguazu/article/download/7121/5245>.* Acesso em 09 jul. 2016.

RECEITA DA FAZENDA. **O que é o Simples Nacional?**. Disponível em <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documentos/Pagina.aspx?id=3>. Acesso em 09 jul. 2016.

9. ANEXOS

ANEXO I

TABELA DO SIMPLES NACIONAL

ANEXO I **(Vigência a Partir de 01.01.2012)**

LEI COMPLEMENTAR Nº 139, DE 10 DE NOVEMBRO DE 2011

Alíquotas e Partilha do Simples Nacional – **Comércio**

Receita Bruta em 12 meses (em R$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS
Até 180.000,00	4,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,75%	1,25%
De 180.000,01 a 360.000,00	5,47%	0,00%	0,00%	0,86%	0,00%	2,75%	1,86%
De 360.000,01 a 540.000,00	6,84%	0,27%	0,31%	0,95%	0,23%	2,75%	2,33%
De 540.000,01 a 720.000,00	7,54%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%
De 720.000,01 a 900.000,00	7,60%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%
De 900.000,01 a 1.080.000,00	8,28%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%
De 1.080.000,01 a 1.260.000,00	8,36%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%
De 1.260.000,01 a 1.440.000,00	8,45%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%
De 1.440.000,01 a 1.620.000,00	9,03%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%
De 1.620.000,01 a 1.800.000,00	9,12%	0,43%	0,43%	1,26%	0,30%	3,60%	3,10%
De 1.800.000,01 a 1.980.000,00	9,95%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%
De 1.980.000,01 a 2.160.000,00	10,04%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%
De 2.160.000,01 a 2.340.000,00	10,13%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%
De 2.340.000,01 a 2.520.000,00	10,23%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%
De 2.520.000,01 a 2.700.000,00	10,32%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%
De 2.700.000,01 a 2.880.000,00	11,23%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%
De 2.880.000,01 a 3.060.000,00	11,32%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%
De 3.060.000,01 a 3.240.000,00	11,42%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%
De 3.240.000,01 a 3.420.000,00	11,51%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%
De 3.420.000,01 a 3.600.000,00	11,61%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%

Fonte dos dados: http://www.normaslegais.com.br/legislacao/simples-nacional-anexoI.html

ANEXO II

1ª SITUAÇÃO - EMPRESA OPTANTE PELO SIMPLES (COMÉRCIO/INDÚSTRIA) - CÁLCULO SOBRE UM SALÁRIO DE MENSALISTA

Encargos Sociais e Trabalhistas	(%)	(%)
Encargos Trabalhistas		
13º Salário		8,33 %
Férias		11,11 %
Encargos Sociais		
INSS	0,00 %	
SAT/RAT	0,00 %	
Salário Educação	0,00 %	
INCRA/SEST/SEBRAE/SENAT	0,00 %	
FGTS	8,00 %	
FGTS/Provisão de Multa para Rescisão	4,00 %	
Total Previdenciário		12,00 %
Previdenciário s/13º e Férias		2,33 %
SOMA BÁSICO		**33,77 %**

Fonte de dados: http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/custostrabalhistas.htm