



NATHÁLIA HEZEL

BUSINESS PLAN ESPAÇO IGUAÇU

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

Jose Carlos Franco de Abreu Filho
Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal
Orientador

Curitiba – PR

2018

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Business Plan Espaço Iguaçu**, elaborado por Nathália Hezel 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 Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Local, Data

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal

Orientadora

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno Nathália Hezel, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma 1/17 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE, no período de março/2017 a junho/2018, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Business Plan Espaço Iguaçu, é autêntico e original.

Curitiba, 10 de julho de 2018

NATHÁLIA HEZEL

Aos meus pais, Gisele e Julio Cesar, por serem meus melhores amigos e por sempre estarem ao meu lado quando eu precisei.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso possui como objetivo apresentar o plano de negócios do Espaço Iguaçu, local onde será construído um centro gastronômico voltado para o público familiar, no qual serão construídos pequenos restaurantes de alta qualidade gastronômica, espaço kids, e algumas lojas de serviços rápidos do dia-a-dia, como por exemplo lavanderia, manicure e barbearia.

No local também haverá um local para serem realizados eventos sociais e empresariais para até 150 convidados, sendo que a gastronomia do evento fechado também será vendida no espaço de eventos (Buffet).

Ambos os locais terão um estacionamento próprio e compartilhado para até 150 carros na forma de valet, agregando valor ao local.

Palavras-chave: espaço gastronômico, espaço para eventos, estacionamento, gastronomia, centro gastronômico, buffet de festas, buffet de eventos, eventos sociais, eventos corporativos.

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO	8
1.1 O Empreendimento	8
1.2 Localização e Abrangência	8
1.3 Diretrizes Organizacionais.....	10
1.4 Competências Distintivas	10
1.5 Potencial de Mercado.....	11
1.6 Projeção Financeira	11
1.7 Necessidade de Investimento	11
2 MERCADO E COMPETIDORES	12
2.1 Definição de Negócio	12
2.2 Necessidade do Mercado.....	13
2.3 Vantagem Competitiva	13
2.4 Análise SWOT	14
2.5 Mercado Alvo	14
2.6 Análise dos Competidores.....	15
2.6.1 Mercadoteca.....	15
2.6.2 C'adore Comida Descomplicada	15
2.6.3 Mercado Sal	16
2.6.4 Vila Yamon	16
2.6.5 Fresh Live Market.....	17
3 PRODUTOS E SERVIÇOS	17
3.1 Locação de Espaço para Lojas Gastronômicas	17
3.2 Taxa Condominial Lojas Gastronômicas	18
3.3 Locação do Espaço para Eventos.....	18
3.3.1 Locação do Espaço para Eventos Sociais	19
3.3.2 Locação do Espaço para Eventos Corporativos.....	20
3.4 Valor de Faturamento de Estacionamento	21
3.5 Faturamento Sobre a Gastronomia	22
4 PLANO DE MARKETING	23
4.1 Produto.....	23
4.2 Preço	24
4.3 Promoção	25
4.4 Praça	25
5 ORGANIZAÇÃO	26
5.1 Centro gastronômico	26
5.2 Espaço de Eventos	26
6 ANÁLISE FINANCEIRA	26
6.1 Considerações Iniciais	27
6.2 Elaboração dos Cenários	27
6.2.1 Metodologia Adotada	27
6.2.2 Horizonte Temporal	27
6.2.3 Base de Informações	28
6.3 Fontes de Investimento	28
6.4 Cenários	29
6.4.1 Receitas	29

6.4.2 Tributos	30
6.4.3 Custos	30
6.4.4 Despesas	31
6.5 Fluxo de Caixa de Demonstração de Resultados	32
6.5.1 Demonstração do Resultado do Exercício	33
6.5.2 Tabelas	34
7 CONCLUSÃO	35

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 O Empreendimento

Projetado para ser o mais novo complexo gastronômico juntamente com um pequeno espaço para eventos para 150 pessoas, o ESPAÇO IGUAÇU vem a tornar-se realidade sobre um terreno locado de 7.300 m² no bairro Seminário, com acesso privilegiado.

O ESPAÇO IGUAÇU constituirá em uma grande praça de alimentação com pequenos lounges, espaço kids com monitoras, integração com a natureza, estacionamento para 150 carros, diversos restaurantes, bem como algumas lojas de serviços rápidos do dia-a-dia como barbearia e lavanderia express.

Além disso, haverá um pequeno espaço de eventos para realização de festas para até 150 pessoas.

Tem como proposta de valor oferecer comodidade e dinamismo, seja através do projeto de construção de várias lojas gastronômicas em um só lugar ou na possibilidade de realização de eventos sociais ou corporativos.

1.2 Localização e Abrangência

O Empreendimento será construído sobre um terreno localizado na esquina da Av. Iguaçu com a Av. Presidente Arthur Bernardes, no Bairro Seminário, em Curitiba – PR.

Próximo a fonte Jerusalém, o terreno caracteriza-se pela facilidade de acesso, localizado entre duas avenidas importantes da região e com grande potencial de crescimento.



Fonte: Google



1.3 Diretrizes Organizacionais

Para embasamento das estratégias e proposta de valor do modelo de negócio, o PROJETO IGUAÇU adotará as seguintes diretrizes organizacionais:

- **MISSÃO:**

Oferecer a maior e mais completa diversidade gastronômica com qualidade, bem como a melhor estrutura para a realização de eventos.

- **VISÃO:**

Tornar-se referência como mercado gastronômico e no mercado de eventos na capital paranaense.

- **VALORES:**

- Excelência em produtos e serviços;
- Foco no cliente;
- Comodidade;
- Trabalho em equipe;
- Ética e honestidade.

1.4 Competências Distintivas

O diferencial deste empreendimento é o fato de juntar um polo gastronômico com uma grande diversidade de opções de escolha para o cliente com um local para eventos sociais e corporativos, sendo que este polo gastronômico será voltado para o ambiente familiar.

No polo gastronômico será construído um espaço kids completo com instrutoras para que além dos pais, as crianças que frequentem o local também possam se entreter.

1.5 Potencial de Mercado

Centros gastronômicos estão sendo muito frequentados pelos curitibanos nos dias de hoje, pois estes são como se fossem uma praça de alimentação de shopping com a mesma segurança e comodidade de restaurantes.

Neste espaço haverá vários restaurantes temáticos em um mesmo local com uma qualidade gastronômica superior a já existente nas praças de alimentação de shoppings centers.

Além disso, há hoje em Curitiba muitos centros gastronômicos baseados em contêineres que possuem a mesma falha das praças de alimentação dos grandes shopping centers, ou seja, falta de qualidade gastronômica.

1.6 Projeção Financeira

- O VPL do projeto é de R\$ 2.669.187, considerando um investimento inicial de R\$ 1.980.000.
- A TIR é de 18,33%.
- O payback ocorre em 5 anos e 6 meses.
- O faturamento anual projetado a partir do sexto ano é de R\$ 3.839.460,00.
- A lucratividade do sexto ano projetada é de 15,24%
- Vale ressaltar que para o primeiro ano contratual deve haver uma carência de aluguel do terreno para a obtenção das licenças governamentais e edificações da obra.

1.7 Necessidade de Investimento

Este projeto necessita de um investimento inicial de R\$ 1.980.000 que serão distribuídos da seguinte forma:

TIPO DE INVESTIMENTO	VALOR
Financiamento BNDES	R\$ 800.000
Aporte financeiro dos sócios	R\$ 1.120.000
Despesas pré – operacionais	R\$ 60.000

O valor de R\$ 800.000 será financiado em 120 meses à taxa de 12% a.a. – com 12 meses de carência.

O valor de R\$ 1.120.000 de aporte dos sócios foi considerado custo financeiro de 0,6% ao mês líquido (similar a uma aplicação de renda fixa nos dias de hoje).

As despesas pré-operacionais é a projeção do capital de giro necessário para a operação da empresa no período anterior ao início do faturamento. No período em que tanto o centro gastronômico quanto o espaço para eventos estiverem sendo construídos, a empresa estará em funcionamento gerando despesas (por exemplo com funcionários, marketing anterior à inauguração, licenças e permissões).

2. MERCADO E COMPETIDORES

2.1 Definição de Negócio

Construção de um centro gastronômico, localizado no bairro Seminário em Curitiba – PR, que está em ascendência, sendo que neste centro haverá uma grande diversidade de restaurantes com diferentes estilos e alta qualidade gastronômica.

O local será voltado para o público familiar com um espaço kids, incluindo recreadoras para entreter as crianças enquanto os pais podem fazer suas refeições tranquilos e se divertir com familiares e amigos.

Além disso o local contará com um espaço exclusivo para a realização de eventos sociais e corporativos para até 150 pessoas.

Importante ressaltar que haverá estacionamento para 150 carros com entrada tanto pela Av. Iguaçu quanto pela Av. Presidente Arthur Bernardes.

2.2 Necessidade do Mercado

Curitiba já oferece outros centros gastronômicos, porém alguns são voltados para o público jovem e outros que são voltados para o público familiar não possuem alta qualidade gastronômica.

Os centros gastronômicos voltados para o público familiar são construídos com contêineres e possuem a mesma falha das praças de alimentação dos grandes shoppings centers, ou seja, falta de qualidade gastronômica.

Portanto, a capital paranaense necessita de um local com comodidade e excelência gastronômica que seja construído para famílias.

2.3 Vantagem Competitiva

O Espaço Iguaçu terá diversas vantagens competitivas, dentre elas estão:

- A localização: localizado entre duas avenidas importantes da cidade e em um bairro em grande ascendência em Curitiba;
- Estacionamento: o fato do empreendimento possuir estacionamento próprio para 150 carros gera comodidade ao cliente;
- Espaço kids: o fato de haver um espaço kids deixa os pais despreocupados, pois sabem que seus filhos estarão bem cuidados e irão se divertir;
- Espaço para eventos: muitas pessoas que frequentarem o centro gastronômico conhecerão o espaço para eventos e eventualmente podem se

interessar em realizar algum evento no local (casamento, aniversário, festa de 15 anos, evento corporativo, jantar de formatura, entre outros).

2.4 Análise SWOT

<p>FORÇAS (STRENGTHS):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestrutura de apoio completa; • Espaços multiuso; • Diversidade gastronômica; • Alta qualidade gastronômica; • Estacionamento próprio; • Localização; • Facilidade de acesso. 	<p>FRAQUEZAS (WEAKNESSES):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto investimento inicial; • Baixo número de vagas próprias de estacionamento.
<p>OPORTUNIDADES (OPPORTUNITIES):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento das classes A e B; • Aumento da ida a centros gastronômicos por Curitibanos; • Carência da Capital de centro gastronômico voltado ao público familiar; • Demanda atual alta por espaços de eventos. 	<p>AMEAÇAS (THREATS):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concorrência de outros espaços gastronômicos e de eventos já existentes; • Debilidade de mão-de-obra do mercado.

2.5 Mercado Alvo

Como já dito anteriormente, o mercado que pretendemos atingir são as famílias que buscam locais para fazer refeições fora de casa com comodidade, diversidade e qualidade gastronômica.

Além disso, também queremos atingir o público que busca realizar eventos sociais e corporativos para até 150 pessoas.

A demanda está crescente tanto no ramo de eventos quanto no ramo de centros gastronômicos de alta qualidade.

2.6 Análise dos Competidores

Dentre os concorrentes diretos do ESPAÇO IGUAÇU estão os seguintes espaços gastronômicos: Mercadoteca, C'adore, Mercado Sal, Vila Yamon e Fresh Live Market.

2.6.1 Mercadoteca

Em outubro de 2015 foi inaugurado a Mercadoteca, o primeiro espaço gastronômico a ser aberto na cidade de Curitiba. Localizado no bairro residencial Mossungue, fica a aproximadamente 20 minutos do centro da cidade, conforme informação do Google Maps.

A maioria dos seus restaurantes são em forma de lojas e há também alguns contêiners, contendo opções em lugar fechado e também aberto onde o cliente possa se sentar para comer e beber.

O local contém 14 opções de restaurantes, espaço kids e estacionamento próprio, o qual é gratuito de segunda a sexta até as 16 horas.

2.6.2 C'adore Comida Descomplicada

Foi inaugurado em janeiro de 2017 e está localizado no bairro residencial Bacacheri a aproximadamente 21 minutos do centro da cidade (informação do Google Maps).

Este espaço gastronômico é um pouco afastado, formado única e exclusivamente por contêiners, possui 45 opções de culinária para escolha do cliente e também espaço kids e estacionamento.

O local é formado por uma grande praça de alimentação ao ar livre, sendo que possui apenas algumas mesas em espaço coberto, o que pode ocasionar queda no volume de vendas em dias muito frios e chuvosos, os quais são muito frequentes na cidade de Curitiba.

2.6.3 Mercado Sal

Construído em um galpão e inaugurado em outubro de 2017, o local possui diversas mesas em local fechado e algumas mesas a céu aberto.

Localizado no Bairro residencial Portão, fica a aproximadamente 21 minutos do centro da cidade (informação do Google Maps). O local possui mais de 40 opções de restaurantes em contêiners e estacionamento.

2.6.4 Vila Yamon

O Vila Yamon foi inaugurado em janeiro de 2018 e está localizado no Bairro Alto da XV, próximo ao centro da cidade.

Menor do que o C'adore e o Mercado Sal, possui apenas 07 restaurantes, onde 04 destes são de bebidas alcoólicas, o que pode ser considerado mais um "bar / balada" do que um centro gastronômico. Desta forma, atrai um público mais jovem onde muitas pessoas não comem e ficam de pé ao lado das mesas.

É um local fechado e possui estacionamento na modalidade de valet.

2.6.5 Fresh Live Market

Este empreendimento foi inaugurado em março de 2018 com 33 restaurantes em forma de lojas e não contêiners. É localizado entre os bairros Batel e Bigorriho, no centro da vida noturna de Curitiba.

O local ainda possui uma academia, um spa e uma barbearia. Como o Vila Yamon, o público que frequenta este local é o público jovem, sendo que o público familiar frequenta o local aos finais de semana no horário do almoço.

O Fresh Live Market possui mesas em local fechado e a céu aberto, sendo que em local fechado seu teto é retrátil. Ainda possui estacionamento na forma de valet.

3 PRODUTOS E SERVIÇOS

3.1 Locação de Espaço para Lojas Gastronômicas

O espaço será construído em forma de pequenos restaurantes, sendo um total de 20, sendo que destes:

- 15 lojas terão 25 m² e cada uma será locada pelo valor de R\$4.500,00 mensais.
- 3 lojas terão 15 m² e cada uma será locada pelo valor de R\$3.000,00 mensais.
- 2 lojas terão 50 m² e cada uma será locada pelo valor de R\$6.000,00 mensais.

Está sendo considerado que todas as lojas sejam locadas a partir do primeiro ano, contudo que haja uma inadimplência de 20% dos locatários com relação ao aluguel, ou seja, que três lojas que tenham o aluguel no valor de R\$4.500,00 não realizem o pagamento conforme contrato.

Assim, o faturamento anual com aluguel será no valor de R\$900.000, projetado para os quatro primeiros anos.

Ainda, cada restaurante terá um tema diferente, ou seja, um estilo de comida diferente. No local não será permitido que um restaurante tenha o mesmo estilo de comida de outro restaurante.

Além disso também haverá algumas lojas de serviços rápidos do dia-a-dia como barbearia e lavanderia express.

3.2 Taxa Condominial Lojas Gastronômicas

As lojas gastronômicas terão também que pagar um valor referente a taxa condominial mensal, onde estarão inseridos os valores referente a: taxa de seguro patrimonial, taxa de seguro contra incêndio, assessoria de imprensa, funcionários e material para limpeza do local (áreas comuns e não privativas), despesas com segurança privada e vigilância, manutenção geral, valor de encargos trabalhistas do administrador e assistente comercial do complexo e demais prestadores de serviço em geral, bem como demais despesas aprovadas pelos locatários.

3.3 Locação do Espaço para Eventos

O mercado de eventos está em grande ascendência nos dias atuais, principalmente de eventos menores, tendo em vista que hoje em dia as pessoas não buscam mais realizar eventos enormes e estrondosos, mas sim festas com um pequeno número de convidados onde os donos da festa (seja noivos, aniversariante ou empresário) conheça todos os convidados e desta forma o evento fica mais aconchegante.

Pensando nisso, a ideia é construir um espaço de 400 m² para realização de eventos sociais e corporativos para até 150 pessoas. O custo da construção deste

espaço será de R\$800.000, eis que o valor do m² de área construída na região é de R\$2.000,00.

3.3.1 Locação do Espaço para Eventos Sociais

Está sendo projetado o faturamento sobre a locação do salão para eventos sociais conforme tabela e explicação abaixo:

		ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7
Taxa de Ocupação - dias			38	48	60	60	70	75	80
Valor médio da diária	5.000		190.000	242.400	306.030	309.090	364.211	394.129	424.608
Crescimento valor locação		1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

- Para o primeiro ano, a realização de 38 eventos sociais com locação do salão pelo valor de R\$ 5.000,00 por evento gerando um faturamento de R\$ 190.000 / ano.
- Para o segundo ano, a realização de 48 eventos sociais com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 5.050,00 por evento, gerando um faturamento de R\$ 242.400 / ano.
- Para o terceiro ano, a realização de 60 eventos sociais com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 5.100,50 por evento, gerando um faturamento de R\$ 306.030 / ano.

- Para o primeiro ano, a realização de 38 eventos corporativos com locação do salão pelo valor de R\$ 1.000,00 por evento, gerando um faturamento de R\$ 38.000 / ano.
- Para o segundo ano, a realização de 48 eventos corporativos com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 1.010,00 por evento, gerando um faturamento de R\$ 48.480 / ano.
- Para o terceiro ano, a realização de 60 eventos corporativos com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 1.020,10 por evento, gerando um faturamento de R\$ 61.206 / ano.
- Para o quarto ano, a realização de 70 eventos corporativos com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 1.030,30 por evento, gerando um faturamento de R\$ 72.121 / ano.
- Para o quinto ano, a realização de 80 eventos corporativos com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 1.040,60 por evento, gerando um faturamento de R\$ 83.248 / ano.
- Para o sexto ano, a realização de 80 eventos corporativos com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 1.051,00 por evento, gerando um faturamento de R\$ 84.081 / ano.
- Para o sétimo ano, a realização de 90 eventos corporativos com um crescimento de 1% no valor da locação, sendo vendida a R\$ 1.061,51 por evento, gerando um faturamento de R\$ 95.537 / ano.

3.4 Valor de Faturamento de Estacionamento

O ticket médio do estacionamento foi considerado como sendo de R\$10,00 e foi calculado que apenas 50% do estacionamento será ocupado em dias de eventos e ainda este valor sofrerá um reajuste de 1% ao ano, conforme tabela abaixo:

Faturamento sobre estacionamento												
			Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Nº vagas	150	750	45.600	57.600	72.000	78.000	90.000	93.000	102.000	102.000	102.000	102.000
Ticket Médio	10,00											
Crescimento valor locação		1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Valor			10,10	10,20	10,30	10,41	10,51	10,62	10,72	10,83	10,94	11,05

3.5 Faturamento Sobre a Gastronomia

Foi calculado uma média de 150 pessoas por evento em festas sociais e 80 pessoas por evento em festas corporativas.

O valor cobrado no cardápio será de R\$ 170,00 para eventos sociais e R\$ 120,00 para eventos corporativos.

O faturamento por evento social em gastronomia será de R\$ 25.500,00 e por evento corporativo será de R\$ 9.600,00. Vejamos:

GASTRONOMIA			
BUFFET/PESSOAS	Nº PESSOAS	\$ PESSOA	\$ EVENTO
COORPORATIVOS	80	R\$ 120	R\$ 9.600
SOCIAL	150	R\$ 170	R\$ 25.500

Os faturamentos anuais foram projetados conforme tabela abaixo:

	ANO 1		ANO 2		ANO 3		ANO 4	
	Nº EVENTOS	TOTAL	Nº EVENTOS	TOTAL	Nº EVENTOS	TOTAL	Nº EVENTOS	TOTAL
CORPORATIVOS	38	R\$ 364.800	48	R\$ 460.800	38	R\$ 364.800	48	R\$ 460.800
SOCIAL	38	R\$ 969.000	48	R\$ 1.224.000	38	R\$ 969.000	48	R\$ 1.224.000
TOTAL	76	R\$ 1.333.800	96	R\$ 1.684.800	76	R\$ 1.333.800	96	R\$ 1.684.800
MARGEM SEM IMPOSTOS		R\$ 666.900		R\$ 842.400		R\$ 666.900		R\$ 842.400

4 PLANO DE MARKETING

Conhecido no marketing como os 4 P's (Produto – Preço – Promoção – Praça), contempla a materialização das estratégias a serem adotadas pelo negócio a fim de atingir o posicionamento de mercado pretendido e as metas de vendas e resultados constantes no estudo de viabilidade.

4.1 Produto

Os curitibanos estão muito adeptos a novos centros gastronômicos que estão surgindo, os quais dão ao cliente diferentes opções de estilos gastronômicos, além de comodidade e segurança que falta nas praças de alimentação dos grandes shoppings centers.

Apesar de ser uma grande praça de alimentação, o local será elitizado, possuindo diversas mesas com o devido conforto para que famílias sintam um bem-estar ao frequentar o Espaço Iguazu.

Os produtos a serem vendidos no centro gastronômico são:

- Infraestrutura e serviços agregados, como por exemplo espaço kids e lavanderia express;
- locação de espaço para construção de pequenos restaurantes;

- qualidade e diversidade gastronômica;
- estacionamento;
- naming rights / patrocínio.

Com relação ao espaço para eventos, este mercado também está em ascensão na capital paranaense no tocante a eventos menores. Nos dias de hoje, a maioria das pessoas que realiza evento não pensa mais em fazer festa para um grande número de pessoas, pensa apenas em convidar os familiares e amigos mais próximos.

Desta forma, o evento fica mais familiar e aconchegante. Com relação ao espaço de eventos, os produtos são:

- locação de espaço para realização de eventos sociais e corporativos;
- infraestrutura e serviços agregados, como por exemplo decoração, organização e produção de festas;
- qualidade gastronômica;
- estacionamento.

4.2 Preço

Como dito anteriormente, haverá três tamanhos de lojas gastronômicas, sendo elas de 15 m², 25 m² e 50 m². As lojas de 15 m² terão um aluguel de R\$3.000,00 mensais; as lojas de 25 m² terão um aluguel de R\$ 4.500,00 mensais, e as lojas de 50 m² terão um aluguel de R\$ 6.000,00 mensais, conforme valor de mercado.

Cada restaurante poderá definir seu preço de cardápio, então não cabe ao Espaço Iguaçu definir o preço da gastronomia dos restaurantes que ali se instalarão. Além disso, o local tem como vantagem o fato de ter estacionamento próprio, o qual o valor do ticket médio é de R\$ 10,00, abaixo do valor de mercado.

Com relação ao espaço para eventos, o valor de locação será de R\$ 5.000,00 / mês para eventos sociais no primeiro ano, com reajuste de 1% a cada ano. Para

eventos corporativos o valor será de R\$ 1.000,00/mês no primeiro ano, com reajuste de 1% a cada ano.

Com relação a gastronomia, esta será vendida a um valor de R\$170,00 por pessoa nos eventos sociais e R\$ 120,00 por pessoa nos eventos corporativos.

4.3 Promoção

A promoção será feita com marketing de relacionamento com os principais digital influencers e organizadores de festas e também através de envio de informativo eletrônico, brindes, convites para eventos, folders para divulgação de eventos, etc.

Também será contratada uma assessoria de imprensa tanto para o espaço de eventos quanto para o centro gastronômico. Para este último o valor será rateado entre os restaurantes locatários e dissolvidos no valor do condomínio. Com relação à assessoria de imprensa do espaço de eventos, será investido um valor de R\$1.500,00 por mês.

Além disso será feito folheteria, campanha de lançamento e festa de inauguração com grande mídia e principais formadores de opinião.

4.4 Praça

O local é de fácil acesso, situada entre duas avenidas da capital paranaense, num bairro de forte ascendência.

A estrutura possibilita que amigos e familiares frequentem o local apenas para uma refeição do dia-a-dia (almoço, lanche ou jantar) e acabem conhecendo o Espaço Iguaçu para eventos, caso desejem realizar alguma festa a longo prazo. Ou ao contrário, o projeto pode fazer com que a pessoa seja convidada pra um evento no local e conheça um novo local para realizar suas refeições.

5 ORGANIZAÇÃO

A estrutura e organização do Espaço Iguazu será simples e objetiva, tanto no que se refere ao centro gastronômico quanto ao espaço de eventos.

5.1 Centro Gastronômico

Como neste local pequenas lojas serão alugadas para outros empreendedores, não serão necessários muitos funcionários, tendo em vista que a maioria dos serviços serão terceirizados (como por exemplo empresas de marketing e limpeza).

Os funcionários necessários para o funcionamento deste espaço são: um assistente comercial e um administrador.

5.2 Espaço de Eventos

O espaço de eventos tem a necessidade da contratação de um maior número de funcionários, eis que lá haverá a produção de comida para os eventos. Sendo assim será necessário a contratação dos seguintes funcionários: um coordenador operacional, um maitre, um chef de cozinha, duas cozinheiras, duas auxiliares de cozinha e uma zeladora.

Vale ressaltar que o coordenador operacional será responsável pelas vendas, contato e prospecção de novos clientes.

6 ANÁLISE FINANCEIRA

6.1 Considerações Iniciais

Para projeção das receitas foram tomados como base os serviços a serem disponibilizados para os clientes que permitem aplicação de uma metodologia para a realização dos cálculos, procurando não lançar mão de cálculos empíricos de forma a evitar o levantamento de dúvidas em relação aos resultados obtidos.

6.2 Elaboração dos Cenários

Para a elaboração dos cenários foram adotadas a metodologia e premissas abaixo descritas:

6.2.1 Metodologia Adotada

A metodologia adotada para determinar a viabilidade do investimento é o cálculo da Taxa Interna de Retorno (TIR) do projeto e o seu Payback.

6.2.2 Horizonte Temporal

Na análise do projeto foi utilizado o período de 10 anos de projeção para a locação do espaço para eventos e estacionamento e de 4 anos para gastronomia do espaço de eventos e da locação das lojas de centro gastronômico.

Ainda, para o primeiro ano contratual deve haver carência do pagamento do aluguel do terreno para obtenção das licenças governamentais e edificação da obra.

6.2.3 Base de Informações

As informações econômico–financeiras adotadas na determinação do projeto foram obtidas através de pesquisa de mercado para determinação dos preços de venda / locação e pesquisa junto aos órgãos que representam e ou promovem as atividades específicas.

6.3 Fontes de Investimento

Será investido o total de R\$ 1.980.000,00 (um milhão novecentos e oitenta mil reais), sendo estes divididos conforme tabela abaixo:

TIPO DE INVESTIMENTO	VALOR
Aporte financeiro dos sócios	R\$ 1.120.000
Financiamento BNDES	R\$ 800.000
Despesas pré-operacionais	R\$ 60.000

O valor de R\$ 1.120.000 de aporte dos sócios foi considerado custo financeiro de 0,6% ao mês líquido (similar a uma aplicação de renda fixa nos dias de hoje).

O valor de R\$ 800.000 será financiado em 120 meses à taxa de 12% a.a. – com 12 meses de carência.

As despesas pré-operacionais são os custos com funcionários, marketing anterior à inauguração, licenças e permissões, ou seja, é o capital de giro que a empresa necessita quando os espaços (centro gastronômico e espaço de eventos) estiverem em construção - antes de iniciar seu faturamento.

6.4 Cenários

Para elaboração dos cenários, consideramos a exploração de todos os serviços que podem ser oferecidos na exploração comercial do centro gastronômico e espaço de eventos.

6.4.1 Receitas

a) Locação de lojas para formação de pequenos restaurantes no centro gastronômico – para a projeção do faturamento deste item foi utilizada a prática do mercado, isto é, a locação do espaço por determinado tempo para o qual foram utilizados os seguintes valores:

- Valor de locação de R\$3.000,00 mensais para lojas com 15 m²;
- Valor de locação de R\$ 4.500,00 mensais para lojas com 25 m²;
- Valor de locação de R\$ 6.000,00 mensais para lojas com 50 m².

Vale ressaltar que foi considerado uma inadimplência de 20% no valor da locação das lojas de 25 m² em todos os anos.

Ainda, a projeção desta receita foi feita para os próximos quatro anos.

b) Locação do espaço para eventos sociais – para este faturamento também foi utilizada a prática de mercado, bem como a experiência da investidora do projeto com este tipo de evento. Foi estimado o valor de locação para o ano 01 em R\$ 190.000,00, considerando-se a venda de 38 datas ao valor de R\$ 5.000,00 mensais, com crescimento real do preço de locação de 1% ao ano.

A projeção desta receita foi realizada para os próximos 10 anos.

c) Locação do espaço para eventos corporativos – do mesmo modo que eventos sociais, para este tópico foi utilizada a prática de mercado, sendo que para este faturamento foi estimado o valor de R\$ 38.000,00 como valor de locação para o primeiro ano, considerando a venda de 38 datas ao valor de R\$

1.000,00 mensais, também com crescimento real do preço de locação de 1% ao ano.

A projeção desta receita foi realizada para os próximos 10 anos.

- d) Gastronomia – como diferencial com relação à concorrência, o espaço oferta serviços de buffet próprio, sendo que para a projeção do faturamento deste item estimado o valor de R\$ 1.333.800 no ano 01, considerando a venda de 38 datas de eventos sociais e 38 datas de eventos corporativos, eis que estes realizados em sua maioria em dias úteis.

O valor do serviço de Buffet para eventos sociais é de R\$ 170,00 por pessoa e de R\$ 120,00 para eventos corporativos.

A projeção desta receita foi realizada para os próximos quatro anos.

- e) Estacionamento – considerado o valor do ticket médio de R\$ 10,00 e o preenchimento de 50% das vagas em dia de eventos, sendo que cabem 150 veículos no estacionamento.

A projeção desta receita foi realizada para os próximos 10 anos e foi considerado um crescimento real de 1% ao ano.

- f) Naming rights / patrocínio – projetadas receitas de R\$ 200.000 por ano.

6.4.2 Tributos

A Empresa foi considerada como sendo optante pelo SIMPLES NACIONAL, ou seja, foi considerado para a projeção a incidência dos seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a CPP.

6.4.3 Custos

Foi considerado um custo de 60% para gastronomia do Buffet do espaço de eventos.

6.4.4 Despesas

Aqui, estão representadas as despesas administrativas necessárias para a gestão do negócio. Foi considerada a despesa de R\$ 407.160,00 por ano com salários e encargos e uma despesa de R\$ 817.200,00 por ano considerada como outras despesas administrativas, conforme tabela a seguir:

FOLHA DE PAGAMENTO					
Função	Qtde	Salário	Encargos	Benefícios	Total
Diretor Geral	0	0			0
Gerente Comercial	0	0	0	0	0
Assistente Comercial	1	2.200	770		2.970
Administrador	1	3.500	1.225		4.725
Chef cozinha	1	4.500	1.575	0	6.075
Gerente Operacional	0	0	0	0	0
Coordenador Operacional	1	2.500	875		3.375
Analista Adm / Fin	0	0	0		0
1 maitre	1	2.000	700		2.700
Cozinheira	2	2.000	700		5.400
Zeladora	1	1.500	525		2.025
Auxiliar de Cozinha	2	1.500	525		4.050
TOTAL MÊS	10				31.320
TOTAL ANO					407.160

DESPESAS ADMINISTRATIVAS	
Auditoria	500
Contabilidade	2.500
Assessoria Imprensa*	1.500
Telefonia Fixa + Internet	500
Telefonia Celular	400
Material de Escritório	500
Material de Limpeza*	700
Manutenção Geral*	1.000
Outros	1.000
Monitoramento	400
Seguro*	600
Água	1.500
Energia	6.000
Aluguel Terreno	45.000
Iptu	6.000
TOTAL MÊS	68.100
TOTAL ANO	817.200

*esses valores foram contabilizados apenas para o espaço de eventos, tendo em vista que os valores destas rubricas referentes ao centro gastronômico serão rateados mensalmente entre os proprietários dos pequenos restaurantes no valor do condomínio.

6.5 Fluxo de Caixa e Demonstração de Resultados

As receitas deste empreendimento já foram demonstradas no item 6.3.1 do presente material e os custos e despesas nos itens 6.3.3 e 6.3.4, respectivamente.

O fluxo de caixa foi projetado da seguinte forma:

- Para os quatro primeiros anos no que concerne a locação do centro gastronômico e ao serviço de gastronomia do espaço de eventos;
- Para os dez primeiros anos no que se refere a locação do espaço de eventos para festas sociais e corporativas e ao estacionamento, sendo que neste item foi considerado um crescimento real de 1% ao ano no valor da locação e do ticket médio de estacionamento.

Haverá o valor de R\$800.000,00 de investimento financiado pelo BNDES em 120 meses com uma taxa de 12% ao ano com 12 meses de carência.

6.5.1 Demonstração de Resultado do Exercício

	SIMPLES NACIONAL
Receita Bruta	R\$ 36.687.793
Imposto	R\$ 3.827.319
Receita Líquida	R\$ 32.860.475
Custos	R\$ 12.323.160
Lucro Bruto	R\$ 20.537.315
Despesas	R\$ 12.243.600
Outras	R\$ 0
Resultado Operacional	R\$ 8.293.715
Lucro Líquido	R\$ 5.261.685
EBITDA	R\$ 9.089.003
Margem EBITDA	27,66%

Investimento Inicial	R\$ 1.980.000
VPL Projeto	R\$ 2.669.187
TIR	18,33%

6.5.2 Tabelas

Faturamento sobre locação de espaço social												
		0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Taxa de Ocupação - dias			38	48	60	60	70	75	80	80	80	80
Valor médio da diária	5.000,00		190.000	242.400	306.030	309.090	364.211	394.129	424.608	428.854	433.143	437.474
Crescimento valor locação		1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

Faturamento sobre locação corporativo												
		0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Taxa de Ocupação - dias			38	48	60	70	80	80	90	90	90	90
Valor da diária m2	5,00	1.000	38.000	48.480	61.206	72.121	83.248	84.081	95.537	96.492	97.457	98.432
Área Média Locável	200											
Crescimento valor locação		1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

Faturamento sobre estacionamento												
			Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Nº vagas	150	750	45.600	57.600	72.000	78.000	90.000	93.000	102.000	102.000	102.000	102.000
Ticket Médio	10,00											
Crescimento valor locação		1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Valor			10,10	10,20	10,30	10,41	10,51	10,62	10,72	10,83	10,94	11,05

GASTRONOMIA				ANO 1		ANO 2		ANO 3		ANO 4	
BUFFET/PESSOAS	Nº PESSOAS	§ PESSOA	§ EVENTO	Nº EVENTOS	TOTAL	Nº EVENTOS	TOTAL	Nº EVENTOS	TOTAL	Nº EVENTOS	TOTAL
COORPORATIVOS	80	R\$ 120	R\$ 9.600	38	R\$ 364.800	48	R\$ 460.800	60	R\$ 576.000	70	R\$ 672.000
SOCIAL	150	R\$ 170	R\$ 25.500	38	R\$ 969.000	48	R\$ 1.224.000	60	R\$ 1.530.000	60	R\$ 1.530.000
TOTAL				76	R\$ 1.333.800	96	R\$ 1.684.800	120	R\$ 2.106.000	130	R\$ 2.202.000
MARGEM SEM IMPOSTOS	50,00%				R\$ 666.900		R\$ 842.400		R\$ 1.053.000		R\$ 1.101.000

LOCAÇÃO BOULEVARD			ANO 1		ANO 2		ANO 3		ANO 4	
LOJAS	VALOR	LOCADO	QDADE	TOTAL	QDADE	TOTAL	QDADE	TOTAL	QDADE	TOTAL
GASTRONOMIA	R\$			R\$		R\$		R\$		R\$
25m2	4.500	80,00%	15	R\$ 648.000	15	R\$ 648.000	15	R\$ 648.000	15	R\$ 648.000
SERVIÇOS PORTE 15	R\$			R\$		R\$		R\$		R\$
M2	3.000	100,00%	3	R\$ 108.000	3	R\$ 108.000	3	R\$ 108.000	3	R\$ 108.000
SERVIÇOS PORTE 50	R\$			R\$		R\$		R\$		R\$
M2	6.000	100,00%	2	R\$ 144.000	2	R\$ 144.000	2	R\$ 144.000	2	R\$ 144.000
				R\$ 0		R\$ 0		R\$ 0		R\$ 0
TOTAL			20	R\$ 900.000	20	R\$ 900.000	20	R\$ 900.000	20	R\$ 900.000

7 CONCLUSÃO

O projeto foi concluído com o objetivo de analisar a viabilidade da construção de um centro gastronômico e um espaço de eventos no bairro Seminário, em Curitiba – PR, tanto econômica quanto financeiramente.

O resultado das projeções realizadas seguindo as premissas acima descritas, para um cenário realista aponta uma TIR (Taxa Interna de Retorno) de 18,33% e um payback de 5 anos e 6 meses.

Cabe a observação que a projeção dos valores levam em consideração que a empresa está iniciando as suas atividades com os concorrentes já estabelecidos, devendo, portanto, conquistar sua parcela de mercado aproveitando o crescimento de mercado conforme projeções de crescimento descritas no texto acima, bem como conquistar uma parcela de mercado explorada pela concorrência.