



PROJETO DE EXTENSÃO

2021

UNifeob

| ESCOLA DE NEGÓCIOS

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO DE EXTENSÃO
COLHEITA FELIZ BUFFET

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO OCTÁVIO
BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO DE EXTENSÃO

COLHEITA FELIZ BUFFET

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

Fundamentos de Economia – Prof. Ricardo Ibanhez

Fundamentos de Administração – Prof. Frederico Fagnoli Ribeiro

Fundamentos de Finanças – Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Luiz Fernando Pancine

Projeto de Fundamentos Empresariais - Prof. Nayara Borges Dias

ALUNOS

André Luís da Silva - RA: 21000723

Antonio Carlos da Costa Scarabello - RA: 21000208

Gabriel Dainezi Marcondes - RA: 21000092

Leticia Vieira Inácio - RA: 21001169

Renan Willian Aguiar - RA: 21000985

Yago Ikendi Bronca Yamamura - RA: 21000285

João Gabriel Rodrigues Maximo - RA: 17001361

MONITORES

Nathara Muniz, RA: 19000106
Rafaela Soqueti, RA: 20000546

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	7
3 METODOLOGIA	9
3.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES	9
3.2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	12
3.3 CENÁRIOS ECONÔMICOS	14
3.3.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	15
3.3.2 ANÁLISE PESTEL	16
3.3.3 VIABILIDADE FINANCEIRA	18
3.3.4 CENÁRIO REALISTA	20
3.3.5 CENÁRIO OTIMISTA	20
3.3.6 CENÁRIO PESSIMISTA	20
3.4 PROJEÇÃO DE DRE	22
3.5 VALOR PRESENTE LÍQUIDO	24
4 RESULTADOS	26
5 CONCLUSÃO	27
6 REFERÊNCIA	29
7 ANEXOS	30

1 INTRODUÇÃO

O trabalho tem por objetivo preparar os alunos para o mercado de trabalho através da prestação de consultoria, expondo a realidade atual vivenciada na empresa Colheita Feliz Buffet, visando adquirir um maior conhecimento sobre a organização, onde no presente relatório, serão apresentados dados para desenvolver um projeto contendo todas as informações do negócio, proferindo com todas as dificuldades de uma empresa familiar.

Destaca-se que foi de suma importância para a elaboração do projeto o auxílio de coordenadores e professores, possuindo a disponibilidade dos mesmos em sanar todas as dúvidas discorridas no decorrer do desenvolvimento.

Para que o projeto atinja sucesso, buscou-se analisar principalmente a gestão empresarial e sua estrutura organizacional, aferindo qual seu comportamento no mercado atuante. Partindo deste ponto, se fez necessário a execução de pesquisas na empresa através de perguntas ao proprietário, com o intuito de auxiliar-nos no entendimento das questões econômicas do ambiente, abordando conceitos das áreas de administração, economia, contabilidade e finanças.

A Colheita Feliz Buffett, caracteriza-se como empresa familiar, sendo uma Micro Empresa (ME), atuando no ramo alimentício e de eventos.

Além de se tornar um grande diferencial no currículo do estudante, este tipo de projeto possibilita que seja posto em prática toda a teoria exposta em aula de forma dinâmica, acentuando o trabalho em equipe, ampliando o seu networking e incentivando a interação com a realidade vivida pelas empresas.

O grande coeficiente a se destacar, deve-se pelo fato da retribuição que os projetos desenvolvidos proporcionam para a sociedade, beneficiando não somente o empresário da empresa em questão, mas sim todos ao seu redor que consomem seu produto ou serviço gerando um impacto positivo.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa Colheita Festas, Nire Matriz 35224581651, criada em 01/07/2010, dando o pontapé inicial das atividades no dia 09/08/2010, portadora do CNPJ 12.385.626/0001-42 e Inscrição Estadual, cujo objeto social é caracterizado por Serviços de Alimentação Para Eventos e Recepções -Buffet, localizada na cidade de São João da Boa Vista, Rua Liberato Sebastião Galli, Nº 22, bairro Santo Antônio, possui seu horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 8:00hs as 18:00hs e aos fins de semana, a empresa atua de acordo com o horário de cada evento.

Há cerca de quinze anos no mercado, o empresário Leonardo Felipe que de início possuía apenas um carrinho de pipoca, começou sua caminhada atuando em inaugurações de lojas, distribuindo sua mercadoria aos clientes. No decorrer do tempo, com a entrada de receitas, Leonardo percebeu que este ramo poderia ser lucrativo e de maneira inteligente, passou a reinvestir seu lucro na empresa, expandindo seu negócio até conseguir abrir e estruturar seu atual buffet, encetando-se definitivamente no ramo de eventos, se tornando o empreendimento da família, no qual atua fortemente em festas infantis, explorando também outros tipos de público.

Como consequência da pandemia, a empresa teve que se adaptar aos novos moldes de gestão e realizar alterações no seu modelo de negócio. Antes da covid, sua fonte de renda eminente girava em torno de eventos, cedendo espaço atualmente para o delivery de salgados, se tornando a atividade econômica mais rentável de momento, no qual, se tratando no quesito produção, Leonardo chegava a atingir em média quinze mil salgados por dia, números que hoje caíram para onze mil. A entrega é feita pela própria companhia, onde nos casos de grande demanda, recorrem a terceiros para realizar o serviço. Devido à alta taxa de concorrência, para manter seu padrão de qualidade elevado e com o encarecimento dos preços da matéria prima utilizada, consequentemente, seu produto final passou por reajustes, se tornando hoje o salgado mais caro de São João da Boa Vista. Os principais produtos comercializados pelo Buffet são salgados assados, fritos, doces e bebidas, conforme descritos na tabela abaixo:

Produto	Descrição
Salgados assados:	<ul style="list-style-type: none">• Esfiha de carne;• Empada de palmito;• Croissant de frango e catupiry.
Salgados fritos:	<ul style="list-style-type: none">• Coxinha de frango;• Bolinha de queijo;• Quibe com catupiry.
Doces:	<ul style="list-style-type: none">• Bolo de chocolate com nozes;• Brigadeiro;• Beijinho.
Bebidas:	<ul style="list-style-type: none">• Coca-Cola;• Guaraná;• Água mineral.

3 METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido com base em uma pesquisa de caráter qualitativo, possuindo a finalidade de entender as informações obtidas através da técnica de levantamento de dados, nos quais os mesmos foram apresentados durante as reuniões realizadas no período de estudos sobre a organização, sendo possível deste modo, elaborar alternativas e soluções baseadas nos fatos relatados da empresa.

O método qualitativo é útil e necessário para identificar e explorar os significados dos fenômenos estudados e as interações que estabelecem, assim possibilitando estimular o desenvolvimento de novas compreensões sobre a variedade e a profundidade dos fenômenos sociais (BARTUNEK; SEO, 2002)

3.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES:

Missão: Nas organizações, este tema se refere à parte do Planejamento Estratégico que define a proposta em razão da qual esta organização existe em seu negócio. Dessa maneira, a missão representa o papel que a organização desempenha em seu negócio e torna palpável a definição do negócio à medida que procura explicitar o que a organização é e/ou faz e para quem (ROSSI; LUCE, 2002).

Em conciliação com a teoria, Terence (2002, p. 125) ressalta que responder às seguintes questões abaixo, pode orientar determinado negócio a estabelecer sua missão:

- Qual é o negócio da empresa?
- Como a empresa está atualmente?
- Quais são os clientes da empresa?
- Quais produtos/serviços a empresa oferece?

A Partir do esclarecimento desses tópicos, a missão torna-se uma atividade que determina onde a empresa quer chegar, e assim, evidencia uma visão clara do que o negócio está tentando fazer para seus clientes, como os

tipos de produtos ou serviços que são ofertados para um nicho específico, por exemplo.

Com essa parte clara, o empreendedor estará objetivando o foco da empresa dentro do mercado. Dessa forma, o mesmo poderá determinar com exatidão em qual segmento irá atuar, quais são seus concorrentes, fornecedores, etc.

Partindo deste pressuposto e levando em consideração todas as métricas necessárias para o alinhamento de tal tópico, foi feita a criação da missão referente a empresa Colheita Festas, sendo ela:

Atender as expectativas do público alvo o tempo todo, sanando suas necessidades para que dessa forma, possa-se alvejar de modo absoluto a satisfação do cliente.

Visão: Descreve a parte do Planejamento Estratégico em que a empresa define o que espera ser/realizar em um determinado tempo. Ela orienta os colaboradores para o futuro, contudo não se distancia da realidade da empresa. Faz a relação do cenário atual da empresa com o que se pretende alcançar em longo prazo, mostra quais resultados se quer atingir e que trabalho deve ser realizado para a obtenção dos resultados, ou seja, determina de que maneira utilizar os recursos para seguir uma trajetória (OLIVEIRA, L., 2009).

Para definir a missão da empresa, faz-se primordial o empresário ter em mente os seguintes questionamentos:

- Onde se quer chegar?
- Quando?
- Como?

Seguindo nesta vertente, Oliveira (1998) conceitua visão como a forma pela qual a organização se enxerga no futuro, dentro do mercado e da comunidade, no meio ambiente no qual exerce suas atividades, de maneira a considerar-se tanto como entidade isolada, como em comparação com as demais organizações, concorrentes ou não.

Com isso, a visão da empresa, criada por nós alunos, ficou de forma:

Ser a melhor empresa do setor na cidade, prestando um serviço, alimentação e atendimento diferenciado. Buscando deste modo, manter a máxima eficiência e a qualidade de sempre.

Valores: Constituem parte essencial do Planejamento Estratégico e referem-se a convicções a respeito do que se considera importante para a realização de objetivos. Por fornecerem um senso de direção comum para todos os colaboradores e um guia para o comportamento diário, os valores representam a essência da filosofia da organização para alcançar o sucesso (DEAL & KENNEDY, apud FREITAS, 1991).

Deste modo, os valores e crenças de uma empresa indicam que tipos de questões são prioritariamente observadas, pois sugerem que tipo de informação é mais considerada no processo decisório e, do mesmo modo, definem que tipo de pessoas são mais respeitadas (FREITAS, 1991).

Valores são essenciais para a compreensão das atitudes, percepções, motivações, aprendizagem e de outros processos psicológicos, ou seja, para identificar o que mobiliza cada um para agir de determinada maneira. Sendo assim, expressões caracterizadas como valores presentes em determinada organização são:

- Tomadas de decisão;
- Estratégias;
- Comportamentos, no qual são continuamente reforçados por um determinado sistema de recompensa.

Essa busca pelo alinhamento de propósito, faz com que as organizações bem-sucedidas tenham nos seus valores compartilhados uma fonte de força. Por meio deles, seus empregados se sentem como parte importante do negócio, são motivados porque a vida organizacional tem significado para eles (FREITAS, 1991).

Desse modo, os valores da empresa Colheita Festas, também criada por nós alunos apresenta:

Comprometimento com todos clientes, colaboradores e fornecedores;
Transparência e ética.

3.2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL:

Trata-se da forma em que as atividades da empresa são divididas, organizadas e coordenadas. Refere-se à configuração dos órgãos e das equipes da empresa.

Organograma:

Trata-se de um gráfico que representa a organização formal de uma empresa. À medida que a organização cresce, a complexidade gerencial aumenta e quando o nível de autoridade e responsabilidade não é definido de forma adequada, os conflitos aumentam em frequência e intensidade (Vasconcellos, 1979a). O organograma é utilizado regularmente para refletir a hierarquia e as principais funções organizacionais.

É composto de retângulos (que são as unidades organizacionais, como órgãos ou cargos) e de linhas verticais e horizontais (que são as relações de autoridade e de responsabilidade), os retângulos representam como as atividades são agregadas em unidades, como divisões, departamentos, seções e equipes. As linhas mostram a estrutura administrativa, isto é, como as pessoas se reportam umas às outras e como os retângulos se relacionam entre si com a hierarquia (CHIAVENATO, 2010, p. 290).

Organograma Linear:

O Organograma Linear revela a atividade relacionada com uma posição ou cargo organizacional, mostrando quem participa e em que grau, quando uma atividade ou decisão deve ocorrer na organização (Cleland e King 1968). Este tipo de estrutura permite identificar e esclarecer as relações e tipos de autoridade que devem existir quando mais de um responsável contribui para a execução de um trabalho comum.

A utilização do Organograma Linear é bastante vantajosa, não só pelo fato de que ele permite a visualização da responsabilidade pela função, mas principalmente porque possibilita caracterizar a forma pela qual uma posição se relaciona com as demais dentro da organização e por a empresa Colheita Festas se tratar de um negócio familiar, nesse modelo de organização, todos possuem voz e vez com relação à tomada de decisões.

Este sistema é especialmente indicado quando há a presença de ambiguidade no processo decisório, decorrentes das características da organização, bem como para identificar áreas onde estas ambiguidades ocorrerão e deverão subsistir até que mais informações estejam disponíveis (Galbraith,1977).

Uma das principais razões para o uso do Organograma Linear é o fato de serem necessárias para sua elaboração análises diretamente objetivas, evidenciando inúmeros conflitos a serem discutidos e analisados pelos responsáveis, possibilitando assim, evitar a ocorrência do mesmo caso no futuro conforme apresentado pelo organograma da empresa Colheita Festas:

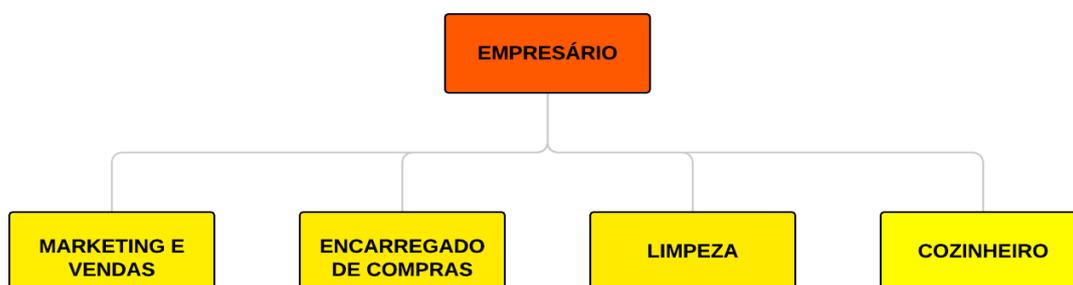


Figura 1 - Organograma Colheita Festas

No organograma em questão, observa-se cinco cargos com funções distintas, no qual, cada funcionário está fadado a cumprir com suas obrigações e deveres propostos pelo empresário da empresa, sendo responsáveis por:

Empresário: Coordenar os demais contratados; realizar entregas via delivery; Auxiliar no processo de produção dos salgados e doces.

Marketing e Vendas: Responsável pela divulgação do produto comercializado;

Encarregado de Compras: Contatar e solicitar mercadorias junto com seus principais fornecedores.

Limpeza: Manter organizado e limpo o ambiente de trabalho.

Cozinheiro: Responsável pela fabricação dos salgados e doces.

3.3 CENÁRIOS ECONÔMICOS:

A Análise de Cenários é um conceito disseminado através de estudos e consultorias, sendo abrangentemente utilizado como ferramenta de gestão. Essa metodologia foca em usar um conjunto de métodos para conseguir imaginar com segurança, possíveis cenários futuros e com isso, a empresa pode elaborar estratégias para cada uma das projeções.

Através da sua elaboração, a priori, não se faz possível “prever” situações macro ambientais como pandemia, desastres naturais ou altas repentinas do dólar. Mas com as projeções em mãos, torna-se viável a criação de planos prévios de contingência caso algum deles aconteça.

Trata-se de uma estratégia no qual a empresa projeta uma realidade econômica, levando em consideração fatores como o comportamento e histórico do mercado; situações macro e microambientes.

Com isso, o empresário consegue definir quais as melhores ações a se tomar em situações adversas. Os cenários financeiros podem ser utilizados para analisar decisões internas futuras, como a compra de equipamentos, diminuição ou crescimento de funcionários, entre outros.

Para elaborá-la de forma eficiente, o primeiro passo é identificar fatores com potencial de impulsionar o negócio, obtendo um avanço diante de diferentes tipos de cenários no planejamento estratégico.

Através da sua projeção que se faz possível fundamentar as estratégias da empresa, analisando o contexto interno e externo no qual a empresa está inserida.

Para se fazer um estudo de cenários, é necessário levar em conta diversos fatores, desde o conceito de cenários econômicos, até o uso de ferramentas de análise de cenário interno e externo.

Para criar os cenários, primeiramente, é obrigatório pensar em ter um planejamento estratégico estruturado e atualizado.

3.3.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:

Trata-se do processo de criação e execução de uma estratégia para alcançar objetivos pré-determinados dentro da empresa. Desde a definição das metas, até às tomadas de decisão para alcançar o que se propôs, podendo ser feito anualmente ou em caso de uma proposta visando o longo prazo, feita de três a cinco anos.

O planejamento estratégico acontece a partir do momento em que determinadas questões são respondidas, tais como: o que a empresa faz, quais os pontos fortes, pontos fracos, como é minha concorrência, como meus produtos são aceitos ou não no mercado, quais meus concorrentes diretos, como está a saúde financeira da minha empresa, pretendo ou preciso fazer investimentos?

Partindo deste ponto, foi feita a construção do planejamento estratégico da empresa Colheita Festas, como mostra a imagem a seguir:

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO - COLHEITA FESTAS

	PONTOS FORTES	LIMITAÇÕES	AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
CENÁRIO	GRANDE FIDELIDADE DE CLIENTES EMPRESA COM QUINZE ANOS DE EXPERIENCIA	POUCOS FUNCIONÁRIOS PARA MUITA DEMANDA	CONCORRÊNCIA VENDENDO SEUS PRODUTOS A PREÇO BAIXO	VACINAÇÃO EM MASSA POSSIBILITA A VOLTA COM EVENTOS
OBJETIVO	MANTER AS VENDAS CONSTANTES, DOBRANDO O FATURAMENTO DENTRO DE CINCO ANOS			
ESTRATÉGIAS	A) CONTRATAR MAIS FUNCIONÁRIOS			
	B) REDUZIR O CUSTO DE PRODUÇÃO			

A partir da definição do planejamento estratégico, se faz possível a projeção da análise PESTEL, próximo passo importantíssimo antes mesmo da criação dos cenários em si.

3.3.2 ANÁLISE PESTEL:

A análise PESTEL é uma ferramenta utilizada para analisar e monitorar os fatores macro ambientais que podem ter um impacto no desempenho da empresa no qual este tipo de análise, leva em consideração os seguintes fatores:

Fatores Políticos:

Evidencia o nível de intervenção do governo na economia, sendo importante pois, as empresas precisam de estabilidade política para atuar em seu ramo. Além da estabilidade ou instabilidade política, os fatores políticos também incluem política governamental, corrupção, política de comércio exterior, política tributária, legislação trabalhista, legislação ambiental e restrições comerciais.

Fatores Econômicos:

Esses fatores incluem o crescimento econômico, a taxa de inflação, taxa de câmbio, taxa de juros, rendimento disponível para os consumidores finais e taxas de desemprego, podendo ainda ser classificados em fatores microeconômicos e macroeconômicos. Os fatores microeconômicos estão relacionados com a forma com que os consumidores têm sua renda disponível, enquanto os fatores macroeconômicos estão mais preocupados com as condições gerais da oferta e demanda na economia.

Fatores Sociais:

Os fatores sociais incluem dados demográficos, normas, costumes, idade, educação, interesses e opiniões da sociedade como um todo, abrangendo também tendências e situações que a sociedade enfrenta no momento.

Fatores Tecnológicos:

Estes fatores ajudam as empresas a explorar novas formas de comunicação mais envolventes e interação com seu público-alvo, podendo afetar as operações da empresa de forma favorável ou desfavorável. Trata-se de incentivos tecnológicos, nível de atividade de inovação e automação.

Fatores Ambientais:

Com o passar dos anos, esses fatores ganharam ainda mais importância devido à preocupação crescente com o meio ambiente. Esses fatores incluem primordialmente, aspectos ecológicos e ambientais.

Fatores Legais:

Concentram-se em questões como a segurança dos produtos, os direitos do consumidor, as leis de igualdade de oportunidades, leis de discriminação, leis antitruste, leis trabalhistas, leis de direitos autorais, patentes e leis de saúde e segurança.

Com esses pontos alinhados, foi feita a elaboração de uma tabela com todos os fatores possíveis, ilustrada abaixo:

TABELA: ANÁLISE PESTEL

FATORES	VARIÁVEL	CENÁRIO
POLÍTICOS	Políticas governamentais	A falta de apoio por parte do governo brasileiro ao comércio, voltado principalmente para o ramo alimentício neste período de pandemia, impossibilita um maior crescimento da empresa.
ECONÔMICOS	Impactos da pandemia	Com o avanço da pandemia, a porcentagem na aquisição de eventos caiu drasticamente, obrigando o empresário a focar somente no delivery de salgados.
	Crescimento Econômico	Uma situação de crescimento econômico no atual cenário brasileiro, poderia aumentar as vendas da empresa, acarretando em um maior fluxo de caixa no qual este capital poderá ser convertido em investimentos no negócio.
SOCIAIS	Vacinação	Com a crescente no número de vacinados no estado, as restrições da Covid serão menos rígidas, acarretando no aumento da procura dos serviços prestados pela empresa.
TECNOLÓGICOS	Aumento da eficiência tecnológica	A maior eficiência da tecnologia, permite que a empresa maximize suas vendas e aumente a captação de clientes.
AMBIENTAIS	Aquisição de medidas sustentáveis	O descarte correto de resíduos orgânicos e também do óleo de cozinha, faz com que a empresa se sobressaia no aspecto sustentável perante aos clientes.
LEGAIS	Proteção Ambiental	a empresa pode aprimorar seu desempenho de sustentabilidade para superar as expectativas e requisitos com base nas leis de proteção ambiental.

Por fim, após o levantamento e análise dos seis fatores de PESTEL e a criação de um Planejamento Estratégico atualizado, se faz de extrema importância a coleta de dados por parte da Viabilidade Financeira antes da criação dos cenários da empresa.

3.3.3 VIABILIDADE FINANCEIRA:

Trata-se de uma ferramenta que utiliza como métricas dados dos investimentos, custos fixos e receitas da empresa, permitindo calcular se o investimento de tempo e dinheiro necessário para colocar em prática um é viável para a realidade da instituição de acordo com a análise de mercado.

O empresário deve se preocupar com a viabilidade financeira sempre que for preciso realizar investimentos, tais como em equipamentos para aumentar sua produção, por exemplo. Assim, essa análise contribuirá para a

redução de riscos, evitando que futuros projetos sem retorno de lucros sejam realizados, guiando os empreendedores.

No projeto em questão, optamos por utilizar premissas simples para a construção de viabilidade devido a falta de exatidão nos dados apresentados e desta forma, foi feito o levantamento dos investimentos feitos pelo empresário, dentro do período de cinco anos, como mostra a tabela a seguir:

INVESTIMENTOS			
Equipamentos	Quantidade	Preço un.	Valor total
Máquina de modelar salgados	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
Cozerella	2	R\$ 2.900,00	R\$ 5.800,00
Moedor de carne	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Fatiados de frios	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Liquidificador industrial	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Multiprocessador	1	R\$ 170,00	R\$ 170,00
Fogão industrial com forno	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
Coifa	1	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00
Bancada de inox	3	R\$ 600,00	R\$ 1.800,00
Freezer	6	R\$ 2.000,00	R\$ 12.000,00
Geladeira	1	R\$ 3.195,00	R\$ 3.195,00
Prateleiras	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
Jogo de panelas	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Jogo de facas	1	R\$ 1.102,00	R\$ 1.102,00
TOTAL:			R\$ 50.617,00

Seguindo as premissas abordadas e segundo informações repassadas ao grupo, foi realizado o levantamento dos custos fixos da empresa, também no período de cinco anos, ilustrado abaixo:

CUSTOS FIXOS		
Custos	Valor Mensal	Valor Anual
Custos	R\$ 930,00	R\$ 11.160,00
Despesas	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
Salários	R\$ 5.985,00	R\$ 71.820,00
Estoque	R\$ 2.650,00	R\$ 31.800,00
Total	R\$ 10.365,00	R\$ 124.380,00

Com a construção do planejamento estratégico, da análise PESTEL e o estudo de viabilidade financeira, foi feita a criação dos três cenários.

Destaca-se que tal projeção foi embasada com informações do mundo atual, principalmente com relação ao avanço da Covid-19 no estado de São Paulo, com enfoque no interior paulista, do progresso de vacinação e também por dados fornecidos pela empresa, possibilitando assim, realizar a concepção dos três cenários plausíveis.

3.3.4 CENÁRIO REALISTA:

Levando em consideração o cenário atual e com a lentidão da vacinação, a empresa precisará focar no delivery por pelo menos cinco meses, focando em investir mais em seu marketing para começar a ampliar sua carteira de clientes.

No decorrer do mês de maio, o índice de crescimento econômico do país variou positivamente, cerca de 1,31% com relação ao mês de abril. Apesar de não ser um número tão expressivo, conseqüentemente, contribuirá no aumento das vendas do negócio, acarretando em um maior fluxo de caixa, no qual este capital poderá ser convertido em melhorias na estrutura do negócio.

3.3.5 CENÁRIO OTIMISTA:

Segundo dados da prefeitura de São Da Boa Vista publicado em 27/25/2021, cerca de 29% da população já foi vacinada no município, sendo 16,05% imunizados com a segunda dose.

Longe de ser o ideal, com esse leve avanço da vacinação, a volta cidade tende a retomar a sua normalidade, suavizando as restrições impostas com relação a Covid e assim, a eventual retomada da realização de eventos será possível, recuperando a principal atividade da empresa.

3.3.6 CENÁRIO PESSIMISTA:

Levando em consideração as dificuldades que o empresário está passando e com a previsão da vacinação da grande maioria dos brasileiros somente ao final de 2021, agregado à falta de apoio por parte do governo brasileiro ao comércio (tópico destacado na análise PESTEL), tais fatores impossibilitam o crescimento da empresa, principalmente ao que se diz respeito à porcentagem da aquisição de eventos, que caíram drasticamente.

Contudo, foi feita a construção de uma planilha contendo a projeção para os próximos sete meses da empresa com base nos cenários, exposta a seguir:

Projeção de cenários para os próximos 7 meses			
Células variáveis:	Realista	Pessimista	Otimista
Receita com Vendas	R\$ 53.650,00	R\$ 50.000,00	R\$ 62.000,00
Despesas com Vendas	R\$ 4.800,00	R\$ 6.500,00	R\$ 2.000,00
Despesas Gerais / Administrativas	R\$ 20.760,00	R\$ 22.800,00	R\$ 19.620,00
Despesas Financeiras	R\$ 1.995,00	R\$ 2.200,00	R\$ 1.000,00
Células de resultado:			
Receita com Vendas	R\$ 53.650,00	R\$ 50.000,00	R\$ 62.000,00
(-) Deduções e Abatimentos	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= Receita Líquida de Vendas	R\$ 53.650,00	R\$ 50.000,00	R\$ 62.000,00
(-) CMV	R\$ 21.240,04	R\$ 19.795,00	R\$ 24.545,80
= Resultado Bruto	R\$ 32.409,97	R\$ 30.205,00	R\$ 37.454,20
(-) Despesas com Vendas	R\$ -	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
(-) Despesas Gerais / Administrativas	R\$ 20.760,00	R\$ 22.800,00	R\$ 19.620,00
(-) Despesas Financeiras	R\$ 1.995,00	R\$ 2.200,00	R\$ 1.000,00
= Resultado Antes dos Impostos	R\$ 9.654,97	R\$ 3.205,00	R\$ 14.834,20
(-) IR/CSLL (4,5%)	R\$ 434,47	R\$ 144,23	R\$ 667,54
= Resultado Líquido do Exercício	R\$ 9.220,49	R\$ 3.060,78	R\$ 14.166,66

Contudo, concluímos que a empresa não pode ficar totalmente refém da pandemia. Como solução, acreditamos que o empresário, dentro das suas disponibilidades e do seu orçamento previsto, invista em peso no marketing da organização. Desta forma, possibilita ao empreendedor captar novos clientes, lhe gerando conseqüentemente mais receita e aumentando seu fluxo de caixa, no qual, este capital poderá ser convertido diretamente em investimentos no seu negócio.

3.4 PROJEÇÃO DE DRE

O Demonstrativo do Resultado do Exercício Projetado segue a mesma estrutura da DRE simples, com alteração na origem dos dados. Enquanto no modelo tradicional é apresentado o resultado consolidado de um período, no projetado, as informações são provenientes do orçamento empresarial, como a projeção de vendas, as deduções, os custos operacionais e as despesas.

Tal demonstrativo possibilita ao empresário realizar simulações e se preparar cenários futuros, considerando diferentes alternativas para tomar decisões relacionadas ao tratamento de custos, despesas e investimentos.

Tendo isso claro, foi feita a realização da projeção da DRE juntamente com o cálculo de VPL da empresa Colheita Festas, usando como base a DRE histórica da mesma, seguindo a partir do mês de maio até dezembro, como mostra a imagem a seguir:

DRE HISTÓRICA	mar/21	
Receita com Vendas	7.199,42	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	7.199,42	100,00%
(-) CMV	(2.865,37)	-39,80%
= Resultado Bruto	4.334,05	60,20%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(1.857,45)	-25,80%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.476,60	34,40%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(323,97)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.152,63	29,90%
VPL:	T0	R\$ 2.152,63

DRE	mai/21	
Receita com Vendas	7.563,89	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	7.563,89	100,00%
(-) CMV	(2.994,54)	41,59%
= Resultado Bruto	4.569,35	63,47%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(1.951,48)	27,11%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.617,86	34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(340,38)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.277,49	31,63%
VPL:	T2	R\$ 2.264,34

DRE	jul/21	
Receita com Vendas	7.946,82	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	7.946,82	100,00%
(-) CMV	(3.146,15)	43,70%
= Resultado Bruto	4.800,67	66,68%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(2.050,28)	28,48%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.750,39	34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(357,61)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.392,79	33,24%
VPL:	T4	R\$ 2.365,23

DRE	set/21	
Receita com Vendas	8.349,12	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	8.349,12	100,00%
(-) CMV	(3.305,42)	45,91%
= Resultado Bruto	5.043,70	70,06%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(2.154,07)	29,92%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.889,63	34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(375,71)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.513,92	34,92%
VPL:	T6	R\$ 2.470,62

DRE	abr/21	
Receita com Vendas	7.379,41	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	7.379,41	100,00%
(-) CMV	(2.921,51)	-40,58%
= Resultado Bruto	4.457,90	61,92%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(1.903,89)	26,45%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.554,01	34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(332,07)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.221,94	30,86%
VPL:	T1	R\$ 2.215,48

DRE	jun/21	
Receita com Vendas	7.752,99	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	7.752,99	100,00%
(-) CMV	(3.069,41)	42,63%
= Resultado Bruto	4.683,58	65,05%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(2.000,27)	27,78%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.683,31	34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(348,88)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.334,43	32,43%
VPL:	T3	R\$ 2.142,56

DRE	ago/21	
Receita com Vendas	8.145,49	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	8.145,49	100,00%
(-) CMV	(3.224,80)	44,79%
= Resultado Bruto	4.920,69	68,35%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(2.101,54)	29,19%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.819,15	34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(366,55)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.452,61	34,07%
VPL:	T5	R\$ 2.417,35

DRE	out/21	
Receita com Vendas	8.557,85	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	8.557,85	100,00%
(-) CMV	(3.388,05)	47,06%
= Resultado Bruto	5.169,80	71,81%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(2.207,93)	-30,67%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	2.961,87	-34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(385,10)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.576,77	35,79%
VPL:	T7	R\$ 2.525,06

DRE	nov/21	
Receita com Vendas	8.771,80	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	8.771,80	100,00%
(-) CMV	(3.472,76)	-48,24%
= Resultado Bruto	5.299,04	73,60%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(2.263,12)	-31,43%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	3.035,92	34,61%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(394,73)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	2.641,19	36,69%
VPL:	T8	R\$ 2.580,70

DRE	dez - 2021	
Receita com Vendas	8.991,10	
(-) Deduções e Abatimentos	-	
= Receita Líquida de Vendas	8.991,10	100,00%
(-) CMV	(3.559,58)	-53,24%
= Resultado Bruto	5.431,52	75,44%
(-) Despesas com Vendas	-	
(-) Despesas Gerais / Administrativas	(1.730,00)	-25,88%
(-) Despesas Financeiras	-	
= Resultado Antes dos Impostos	3.701,52	41,17%
(-) IR/CSLL (Simples 4,5%)	(404,60)	-4,50%
= Resultado Líquido do Exercício	3.296,92	36,67%
VPL:	T9	R\$ 3.212,11

3.5 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

O valor presente líquido (VPL) de uma empresa é a soma dos valores presentes de cada um dos fluxos de caixa da empresa, sejam eles positivos ou negativos que ocorrem em um determinado período de tempo. A regra do valor presente líquido é uma das mais utilizadas para a tomada de decisão sobre investimentos.

Seu cálculo é feito a partir da atualização de todo o fluxo de caixa da empresa para o valor de hoje, sendo utilizado a taxa SELIC que está em 3,5% no mês de maio.

Com essa métrica calculada, se faz possível realizar a análise dos números apresentados sendo:

- Se o VPL for positivo: valor financeiro do ativo do investidor aumentará, ou seja, o investimento será atrativo em termos financeiros;
- Se o VPL for nulo: o valor financeiro do ativo não mudará;
- Se o VPL for negativo: o valor financeiro do ativo do investidor será reduzido, ou seja, o investimento não será atrativo em termos financeiros.

Com isso, a empresa Colheita Festas apresentou um VPL positivo ao longo da projeção da DRE, sendo um negócio atrativo em relação aos termos financeiros como mostra a imagem abaixo:

VPL - COLHEITA FESTAS		
Março	R\$	2.152,63
Abril	R\$	2.215,48
Maio	R\$	2.264,34
Junho	R\$	2.142,56
Julho	R\$	2.365,23
Agosto	R\$	2.417,35
Setembro	R\$	2.470,62
Outubro	R\$	2.525,06
Novembro	R\$	2.580,70
Dezembro	R\$	3.212,11

4 RESULTADOS

Realizamos uma projeção de DRE para até o final do ano e com isso conseguimos notar que será possível o empresário retornar com suas atividades de buffet em um momento posterior com o avanço da vacinação e retomada dos eventos festivos.

Com base nas informações coletadas sobre a empresa e sobre os cenários econômicos, concluímos que existe um grande potencial de retomada ao crescimento das vendas, e da retomada ao trabalho com festas e eventos, baseados no avanço das vacinas.

Para fortalecer essas atividades, há de existir um investimento pesado em marketing digital, pensando em proporcionar uma melhora em seus meios de propagandas para que assim, haja mais movimentações e interações com a empresa, aumentando sua demanda e consecutivamente sua renda.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho realizado na empresa Colheita Festas, possibilitou analisar a gestão da empresa baseado na fundamentação teórica das matérias que compõem a grade curricular do primeiro módulo de Ciências Contábeis.

O projeto de extensão contribuiu muito no aprendizado durante o semestre, proporcionando momentos em que tivemos que coletar, analisar e tomar decisões em cima de dados de uma empresa real e em atividade.

Isso nos trouxe para perto da realidade e mostrou como uma empresa realmente funciona e os problemas que ela enfrenta, principalmente em momentos como esse de calamidade pública.

Como informado ao grupo, a empresa não executa nenhuma forma de controle financeiro. Tempos atrás, durante a última reunião com o empresário, foi dito que tal atividade era exercida através de um bloco de notas e que não possuía dados concretos sobre o lucro. O setor mais importante da empresa é o financeiro. Se o proprietário não possui conhecimento de tais valores da própria empresa, não possibilita que o mesmo tome decisões com uma baixa margem de erro ou de perdas. A utilização adequada das ferramentas apresentadas no projeto, auxilia o gestor no processo de tomada de decisões corretas, porém, estas decisões devem ser embasadas em dados contábeis fidedignos e não com base no achismo.

Contudo, diante dos dados expostos, foi observado o quão frágil é a estrutura e dependência do fundador Leonardo Felipe, mas ao mesmo tempo, com grande potencial de crescimento no mercado atuante. A competitividade entre as empresas faz com que todo o investimento seja feito para buscar resultados imediatos, só que às vezes, a estratégia adotada não é bem sucedida. No caso da Colheita Festas, verificou-se que os resultados surgem de maneira desorganizada, afetando diretamente seu desenvolvimento.

É imprescindível que o empresário nos dias de hoje aborde a necessidade da gestão, e também acompanhe o desempenho da organização no seu ambiente interno e externo, escolhendo ferramentas e procedimentos corretos

de controle que permitam a gestão estratégica de suas ações e que possibilitem uma ampla visão da sua situação em relação ao cumprimento de seus processos e produtos junto aos seus clientes.

A posição atual alcançada pela empresa e o estudo realizado durante o período de conclusão do trabalho, mostra que o negócio deve investir primordialmente em seu marketing principalmente em tempos de pandemia, tendo em mãos um bom planejamento estratégico para que o investimento financeiro tenha retorno garantido ao longo do tempo e atinja a rentabilidade esperada.

6 REFERÊNCIA

BICHUETTI, José Luiz. **Gestão de Pessoas não é com o RH**. Larousse, 2011.

BITENCOURT, Claudia. **Gestão contemporânea de Pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. 2. Ed., Porto Alegre: Bookmam, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas; o novo papel dos Recursos Humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

ROSSI, C. A. V.; LUCE, F. B. **Construção e proposição de um modelo de planejamento estratégico baseado em 10 anos de experiência**. In: Encontro Anual Da Anpad, 26., 2002, Salvador. Anais... Salvador: ANPAD, 2002.

TERENCE, A. C. F.; **Planejamento Estratégico como Ferramenta de Competitividade na Pequena Empresa: Desenvolvimento e Avaliação de um Roteiro Prático para o Processo de Elaboração do Planejamento**. Dissertação de Mestrado - Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, Departamento de Engenharia de Produção, São Paulo, 2002.

VALADARES, Marcelo. **Vacinômetro 2021 - São João da Boa Vista/SP**. São João Da Boa Vista. Disponível em: <https://www.saojoao.sp.gov.br/transparencia/covid-19/noticias/vacinometro-2021-sao-joao-da-boa-vistasp_16>. Acesso em 10/05/2021.

SEBRAE. **Viabilidade Financeira**. SEBRAE. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/viabilidade-financeira,4e8ccd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 10/05/2021.

DANTAS, Eugênio. **CONSTRUINDO UMA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL FAMILIAR**. São Paulo. Disponível em: <[TRABALHO BASE PARA O RELATÓRIO P. EMPRESARIAL.pdf](#)>. Acesso em 05/04/2021.

7 ANEXOS