

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA - FACER
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RAINILDES CARVALHO DE CASTRO



Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

PLANO DE NEGÓCIO
RESTAURANTE SABOR GOIANO

Rubiataba - GO

2009

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA - FACER
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RAINILDES CARVALHO DE CASTRO

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

PLANO DE NEGÓCIO
RESTAURANTE SABOR GOIANO

Trabalho de Curso submetido à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em administração, sob a orientação do Professor Cláudio Kobayashi.

30044
5 acari

Tombo n°	10038
Classif.	
Ex.	01
Origem:	d
Data:	12/02/2010


FOLHA DE APROVAÇÃO

RAINILDES CARVALHO DE CASTRO


PLANO DE NEGÓCIO - RESTAURANTE SABOR GOIANO

COMISSÃO JULGADORA

MONOGRAFIA PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE GRADUADO PELA
FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA



Cláudio Roberto Santos Kobayashi
Orientador
Especialista em Gestão Agronegócios



Marco Antônio Pereira de Abreu
Examinador
Mestre Ecologia e Produção Sustentável



Juliano de Caldas Rabelo
Examinador
Especialista Docência Universitária e Gestão Empresarial

Rubiataba – GO, 05 de janeiro de 2010

DEDICATÓRIA

Dedico este, primeiramente a Deus, Ele que me deu forças e perseverança para que fosse concluído com êxito e afinco. Ao meu orientador que me ajudou nas tomadas de decisões e nos acertos, aos meus colegas que estiveram sempre ao meu lado e principalmente a minha família, que sempre acreditou no meu potencial.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, por tudo que Ele é, foi e será em minha vida; por ter me capacitado para realizar esse trabalho de conclusão de curso; por iluminar meus passos e me dar forças para seguir sempre em frente.

Aos meus pais, Pedro Rodrigues de Castro Filho e Fátima Carvalho do Vale de Castro; pela educação que me proporcionaram que é a base da minha vida, por todo amor, confiança e apoio que sempre me deram. Tudo isso me deu estrutura para que eu pudesse chegar onde estou e ainda onde pretendo estar. Aos meus irmãos Mikaella Carvalho de Castro e Manoel Israel Carvalho de Castro, aos quais tanto amo e por tudo que são para mim. A todos os professores, com os quais no decorrer desses anos, aprendi muito, e em especial meu orientador, professor Cláudio Kobayashi.

A todos os funcionários da FACER, que de alguma forma contribuíram para meu crescimento e me deram apoio.

A todos os colegas de classe que conheci no decorrer dessa jornada, pelo companheirismo, apoio e por todos os momentos felizes passamos juntos.

*O Senhor é meu pastor, nada me faltará.
Em verdes prados ele me faz repousar.
Conduz-me junto às águas refrescantes, restaura
as forças de minha alma.
Pelos caminhos retos ele me leva, por amor do seu
nome.
Ainda que eu atravessasse o vale escuro, nada
temerei, pois estais comigo.
Vosso bordão e vosso báculo são o meu amparo.
Preparais para mim a mesa à vista de meus
inimigos.
Derramais o perfume sobre minha cabeça, e
transborda minha taça.
A vossa bondade e misericórdia hão de seguir-me
por todos os dias de minha vida.
E habitarei na casa do Senhor por longos dias.*

(Salmo: 22 - Bíblia Sagrada)

RESUMO

O tema do presente estudo refere-se à aplicabilidade do plano de negócio na implantação de um restaurante na cidade de Ceres, sendo este chamado de Restaurante Sabor Goiano. A utilização do plano de negócios é algo ainda incipiente no Brasil. Poucos empreendedores e empresas trabalham com essa metodologia. Mesmo assim, o principal usuário do plano de negócios é o próprio empreendedor, o qual está diante de uma ferramenta que o faz mergulhar profundamente na análise de seu negócio, diminuindo sua taxa de risco e subsidiando suas decisões. Sabe-se que existem várias razões para justificar o desenvolvimento de um plano de negócios profissional e competente, não somente ao iniciar um negócio, que é um imperativo, mas também como uma boa prática de gestão no desenvolvimento da empresa. Como pôde ser observado, na avaliação financeira do Restaurante Sabor Goiano, os números obtidos demonstram a viabilidade do negócio, justificados pela lucratividade de 7,45% ao ano, um bom resultado para o primeiro ano da empresa, e uma rentabilidade de 41% ao ano, que a cada ano serão recuperados do valor investido. Tendo em vista que esse ramo de atividade tem uma alta rentabilidade, o prazo de retorno do investimento é em torno de 2 anos e 5 meses, isso significa que o valor investido será recuperado neste período, o que é considerado um ótimo prazo dentro de um negócio que se movimenta em média R\$ 550.0000,00 anuais.

Palavras-chave: Plano de Negócio, Empreendedor, Riscos e Competência.

ABSTRACT

The theme of this study concerns the applicability of the business plan the deployment of a restaurant in the town of Ceres, which is called Sayour Restaurant Goiano. The use of the business plan is something still incipient in Brazil. Few entrepreneurs and companies working with this methodology. Still, the User's principal business plan is the entrepreneur himself, who is facing a tool that makes it dive deep analysis of your business, reducing its risk level and subsidizing their decisions. It is known that there are several reasons for developing a business plan, professional and competent, not only to start a business, it is an imperative, but also as a good management practice in enterprise development. As could be seen in the financial assessment of the Restaurant Sayour Goiano, the figures show the viability of the business, justified by the profitability of 7.45% per year, a good result for the first year of business, and a return of 41% years, which each year will be recovered than originally invested. Considering that this area of activity has a high profitability, the period of return on investment is around 2 years and 5 months, this means that the money invested will be recovered in this period, which is considered a great time in a business that moves an average of R\$ 550.0000,00 year.

Words-key: Business Plan, Entrepreneur, Risk and Competence.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Pontos Fortes e Pontos Fracos dos Produtos	29
Quadro 2 – Estudo dos Preços	29
Quadro 3 – Estudo dos Concorrentes.....	31
Quadro 4 – Fornecedores	32
Quadro 5 – Análise Swot	33
Quadro 6 – Funcionários.....	38
Quadro 7 – Investimentos Fixos	42
Quadro 8 – Capital de Giro	42
Quadro 9 – Investimento Financeiro	43
Quadro 10- Investimento Pré-Operacional.....	43
Quadro 11 – Investimento Total	43
Quadro 12 – Faturamento Mensal	44
Quadro 13 – Faturamento Anual	45
Quadro 14 – Custos, insumos e matéria-prima	45
Quadro 15 – Custo de Comercialização	46
Quadro 16 – Custo de Mão-de-obra	46
Quadro 17 – Pró-labore e encargos da diretoria	46
Quadro 18 – Custo com Depreciação	47
Quadro 19 – Custos Fixos	47
Quadro 20 – Despesas Fixas	47

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Layout	36
Figura 2 – Produção	38
Figura 3 – Organograma	39

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 REFERÊNCIAL TEÓRICO	14
1.1 Empreendedorismo	14
1.1.1 Atividades do Empreendedorismo.....	14
1.2 Empreendedor.....	15
1.2.1 O Processo Empreendedor.....	17
1.2.2 Exemplos de empreendedores.....	18
1.3 Plano de Negócio	19
1.4 Planejamento do Plano de Negócios	22
1.5 Eficácia do Plano de Negócios	22
1.6 Benefícios do Desenvolvimento do Plano de Negócios	23
2 SUMÁRIO EXECUTIVO	24
2.1 Descrição de Negócio	24
2.2 Dados do Empreendedor e Perfil	24
2.3 Apresentação da Empresa	25
2.3.1 Dados do Empreendimento	25
2.4 Missão	26
2.5 Visão	26
2.6 Objetivos e Metas	26
3 PLANO DE MARKETING	28
3.1 Mercado	28
3.2 Praça	28
3.3 Produto	28
3.4 Preço	29
3.5 Promoção	29
3.6 Estudo dos Clientes	30
3.7 Concorrentes	31
3.8 Estudos dos Fornecedores	32
3.9 Análise Swot	33
3.10 As Vendas	34

3.11 Publicidade.....	34
3.12 Atendimento ao Cliente.....	34
4 PLANO OPERACIONAL.....	35
4.1 Localização do Negócio.....	35
4.2 Layout.....	36
4.3 Capacidade Produtiva.....	37
4.4 Processo de Produção.....	38
4.5 Funções Organizacionais.....	39
4.5.1 Organograma.....	39
5 PLANO FINANCEIRO.....	40
5.1 Estimativa do Investimento.....	40
5.2 Estimativa do Investimento Financeiro.....	42
5.2.1 Estimativa dos Investimentos Financeiros (resumo).....	43
5.3 Estimativa dos Investimentos Pré-Operacional.....	43
5.4 Estimativa do Investimento Total (resumo)	43
5.5 Estimativa de Faturamento Mensal/Anual.....	44
5.6 Estimativa de Custos com insumos e matéria-prima.....	44
5.7 Estimativa de Custos de Comercialização.....	45
5.8 Estimativa de Custo com Mão-de-obra.....	46
5.9 Estimativa de Custo com Depreciação.....	46
5.10 Estimativa de Custos e Despesas Fixos.....	46
5.11 Despesas Fixas.....	47
5.12 Demonstrativo de Resultados.....	47
5.13 Indicadores de Viabilidade.....	48
6. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
APÊNDICE.....	57

INTRODUÇÃO

Através deste trabalho pretende-se demonstrar como o plano de negócio é essencial em uma empresa. Todo negócio precisa ser bem planejado para ser desenvolvido com eficácia. Em qualquer empresa, seja ela de pequeno, médio e grande porte, a elaboração do plano de negócio é de extrema importância, pois além de vários pontos positivos, ele antecipa os futuros problemas, e assim os empreendedores poderão buscar meios para minimizarem os possíveis problemas.

Assim, surgiu a idéia de se realizar um plano de negócio no ramo da gastronomia, implantado no Restaurante Sabor Goiano na cidade de Ceres-GO, sendo estabelecido próximo a comércios, hospitais, clínicas, supermercados, lojas, e outros. É um local de fácil acesso tanto para os visitantes da cidade quanto para os demais consumidores.

O Restaurante Sabor Goiano oferecerá um ambiente agradável onde os clientes encontrarão os seguintes serviços: entradas frias e quentes, massas e ainda uma grande variedade de carnes bovinas, suínas, peixes e aves, uma seleção de sobremesas diferenciadas, bebidas geladas e quentes, fornecendo serviços e produtos de qualidade e visando a satisfação e o bem-estar de seus clientes.

Delimita-se este estudo à implantação do restaurante na cidade Ceres-GO, por considerar que a cidade é bastante voltada para a área da alimentação, onde grande parte da população de Ceres e Rialma e cidades vizinhas são acostumadas a realizar suas refeições em restaurantes.

Este plano tem como objetivo construir um empreendimento agradável para satisfazer os clientes, e assim obter um retorno positivo, representado por lucro.

A criação de um restaurante surgiu de uma ideia visando a oportunidade de mercado existente na cidade, pois esta possui mais de 36 mil habitantes, onde o fluxo de pessoas é grande. Grande parte da população de Ceres e Rialma não tem tempo suficiente para fazer suas próprias refeições, por isso a necessidade de se comer fora de casa, e as pessoas que vêm de fora para fazer consultas médicas também têm a mesma necessidade.

Acredita-se, portanto, que a cidade de Ceres-Go tem a capacidade de oferecer subsídios essenciais para a abertura da empresa. Assim, esse plano de

negócio ajudará a criar uma empresa, conhecendo o mercado, avaliando os pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças do ambiente interno e externo, além de proporcionar à autora a oportunidade de colocar em prática conhecimentos estudados durante o curso de Administração e de adquirir experiência pela prática desse trabalho.

Este estudo foi dividido em: Referencial Teórico, com conceitos bibliográficos, os quais apresentam a pesquisa, Sumário Executivo, Plano de Marketing, Plano Operacional e Plano Financeiro.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Empreendedorismo

Empreendedorismo são os estudos realizados sobre o empreendedor. Existem vários autores que conceituam o empreendedorismo e cada um tem o seu próprio conceito, aqui citaremos alguns deles.

Segundo Dolabela (1999, p.43), “empreendedorismo são os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividade, seu universo de atuação”.

O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990 (...) Existem vários fatores que explicam o interesse por esse assunto. Nos Estados Unidos, esse termo é conhecido desde a década de 90. No Brasil, nos últimos anos, após tentativas de estabelecer a economia e da imposição da globalização, as grandes empresas se viram na obrigação de procurar alternativas para aumentar a competitividade e reduzir os custos. Uma das conseqüências imediatas foi o aumento do Índice de desemprego, principalmente nas grandes empresas é maior. Sem alternativas, os ex-funcionários dessas empresas começaram a criar novos negócios, às vezes mesmo sem experiência no ramo, utilizando o pouco que ainda lhes restou de economias pessoais, fundos de garantia, etc. (DORNELAS, 2005, p. 17)

1.1.1 Atividades do empreendedorismo

É de suma importância conhecer as atividades do empreendedorismo e sua importância aos empreendedores, bem como às demais pessoas que serão beneficiadas. A seguir, algumas dessas atividades.

Para Dolabela (1999, p. 46-47) são atividades do empreendedorismo:

A disseminação da cultura empreendedora no sistema de ensino formal em todos os níveis; A disseminação da cultura empreendedora e o apoio à ação empreendedora entre grupos sociais; O empreendedorismo comunitário, em que sociedades desfavorecidas se articulam para enfrentar a adversidade; A sensibilização das forças da sociedade para a importância do empreendedorismo e da pequena empresa; A geração do

auto-emprego; A criação de empresas; A identificação; criação e busca de oportunidades para as empresas existentes e novas; O financiamento de organizações emergentes e daquelas ameaças de desaparecimento; O intra-empendedorismo ou estudo do papel do empreendedorismo em grandes organizações; A promoção do desenvolvimento econômico local; A concepção e a doação de políticas públicas de apoio e suporte à criação de empresas, abrangendo práticas econômicas, legais tributárias, de financiamento etc; O estabelecimento de redes de relações com universidades e com todas as forças sociais.

Através das atividades do empreendedorismo citadas por Dolabela podemos entender o quanto o empreendedorismo é importante tanto para os empreendedores quanto para as demais pessoas.

1.2 Empreendedor

Segundo Dolabela (1999, p.28):

Acredita-se hoje que o empreendedor seja o “motor da economia”, um agente de mudanças. Muito se tem escrito a respeito, e os autores oferecem variadas definições para o termo. O economista austríaco Schumpeter (1934) associa o empreender ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios (...) Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões (...) Empreendedor é aquele que tem coragem de abrir seu próprio negócio, conhecer seus clientes e suas necessidades; definir a missão e visão do futuro; estabelecer seus objetivos; criar estratégias; lidar com assuntos de produção, marketing e finanças; inovar e competir em um contexto repleto de ameaças e de oportunidades.

Para Dolabela (1999, p. 43), “como aquele que se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização etc”.

Para Chiavenato (2004, p. 3), “empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Para Degen (1989, p. 10)

Ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática idéias próprias, característica de personalidade de e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar. Psicologicamente, as pessoas podem ser divididas em dois grandes grupos, de acordo com David McClelland, uma minoria que, quando desafiada por uma oportunidade, está disposta a trabalhar arduamente para conseguir algo, e uma maioria que, na realidade não se importa tanto assim. As pessoas que têm necessidade de realizar se destacam porque, independente de suas atividades, fazem com que as coisas aconteçam.

Percebe-se que o empreendedor deve ser uma pessoa com autonomia e autoconfiança, que acredita que pode transformar as coisas, ter capacidade de convencer as pessoas de que pode conduzi-las.

Na verdade o empreendedor aprende fazendo. Aprende com os erros que comete. Para ele, o fracasso é um resultado como outro qualquer, com o qual tem muito a aprender. Por isso, ele tem que se dedicar profundamente a empresa, repetindo o ciclo: fazer, analisar os resultados, aprender fazer de forma melhor. (DOLABELA, 1999, p. 62).

De acordo com Dolabela (1999, p. 66)

O empreendedor é alguém muito criativo, que consegue ver coisas onde os outros não vêm, oportunidades. O empreendedor é alguém que tem a capacidade de determinar algo a partir de coisa nenhuma, o indeterminado. Ele faz descobertas, coloca a casualidade ao seu favor. É assim quando alguém cria uma empresa, que é um novo sistema social, pois reúne pessoas que irão contribuir para a realização de objetivos. O resultado de sua criação é único, porque as pessoas que estão envolvidas são únicas vão criar lideradas pelo empreendedor, uma nova cultura, uma nova maneira de as pessoas se relacionarem, de buscarem sua realização, ou uma contrapartida, tanto financeira como espiritual.

Vê-se que o empreendedor é alguém que não fica aguardando que os outros possam vir a solucionar seus problemas, são pessoas que dão início as coisas novas. Acredita-se que a iniciativa é a habilidade e competência daquele que, quando tem um problema qualquer, age: arregaça as mangas e parte para a solução, pois, o verdadeiro empreendedor possui auto-confiança. Ele se vê como apto a se controlar e a influenciar o meio de tal modo, que possa atingir seus objetivos.

Nenhum empreendedor nasce com o conhecimento e a experiência necessários para identificar e avaliar negócios. Assim como qualquer estudante ou atleta, ele tem de se esforçar para desenvolver essa capacidade. Explorando todo e qualquer ensejo de ver, observar, falar com seus consumidores, fornecedores, empreendedores e concorrentes, ele, lentamente, degrau por degrau, desenvolve o conhecimento e a experiência necessários para identificar e avaliar os mais diversos empreendimentos. Com o tempo, observando uma loja ou lendo um anúncio, ele é capaz de dizer como funciona o negócio e se terá sucesso; se é mais um dos milhares fadados à mediocridade ou, mesmo, se vai fracassar. (DEGEN, 1989, p.20).

Uma das principais características do empreendedor de sucesso é a sua capacidade de estabelecer relações com pessoas que podem contribuir para o seu negócio. Ele é hábil na formação de sua rede, que vai se tornando elemento essencial de suporte a sua empresa. (DOLABELA, 1999, p. 76).

Cada um dos autores tem um conceito diferente de empreendedor. Dolabela afirma que o empreendedor é quem se dedica a geração de riquezas; Chiavenato diz que o empreendedor é quem inicia uma empresa. Existem ainda vários outros conceitos para empreendedor.

1.2.1 O Processo empreendedor

Todo o processo empreendedor é lastreado em muita reflexão, muitas dúvidas, incertezas e questionamentos. À medida que o processo se aprofunda, novas reflexões, dúvidas e questões surgem.

É de suma importância para cada empreendedor conhecer todo o processo empreendedor, analisar-se a melhor solução de fazer de seu empreendimento um sucesso.

Segundo Chiavenato (2004, p.19-20)

O processo de empreendedor abrange todas as atividades, as funções e as ações relacionadas com a criação de uma nova empresa. Primeiro o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, que tenha valor e seja valorizado pelo mercado. Segundo o empreendedorismo exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa transformar-se em realidade e crescer. Terceiro o empreendedorismo requer ousadia, assunção de riscos calculados e decisões críticas, além de tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos.

O processo empreendedor requer seis passos que são:

Identificação e desenvolvimento de uma oportunidade de forma de visão; Validação e criação de um conceito de negócio e estratégias que ajudem a alcançar essa visão por meio de criação aquisição, franquia etc; Captação dos recursos para implementar o conceito, ou seja, talentos, tecnologias, capitais e crédito, equipamentos etc.; Implementação do conceito empresarial ou do empreendimento para fazê-lo começar a trabalhar; Captura da oportunidade por meio do início e crescimento do negócio e Extensão do crescimento do negócio por meio da atividade empreendedora sustentada. (CHIAVENATO, 2004, p. 21).

Um empreendedor que tenha conhecimento sobre o processo empreendedor tem mais chance de que o seu negócio dê certo do que um que não conhece o processo, isto porque quem conhece o processo de empreendedor sabe o que é necessário ser feito para que sua empresa seja bem sucedida. Então todo empreendedor deve, antes de iniciar seu negócio, adquirir conhecimento sobre o processo empreendedor, isto para que consiga abrir sua empresa e se manter no mercado.

1.2.2 Exemplos de empreendedores

Existem vários exemplos de empreendedores nos dias atuais, neste texto serão citados alguns.

Dolabela (1999, p. 69) considera como exemplos de empreendedores:

Um indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja; Uma pessoa que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir ou de fazer propaganda dos seus produtos e ou de serviços, agregando novos valores; e um emprego que introduz inovações em uma organização, provocando o de valores adicionais.

1.3 Plano de negócio

O plano de negócio surgiu como uma ferramenta essencial e indispensável no mundo dos negócios, utilizada há pouco tempo a maioria das empresas que a utilizam são de médio e grande porte. Isso ocorre porque muitos ainda não perceberam a eficiência e eficácia deste instrumento para seu negócio. Ouvimos e vemos diariamente várias empresas que abriram suas portas há pouco tempo e já estão de portas fechadas. Tinham a esperança e até mesmo a certeza do sucesso, mas infelizmente não perceberam que o mercado é totalmente imprevisível e instável.

Segundo Dolabela (1999, p. 80),

O plano de negócios é uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou o que pretende ser uma empresa. A mesma pergunta: "O que é a sua empresa?", induzia a diferentes respostas, dependendo de quem a dava um banco, um fornecedor, um cliente, um grande distribuidor, um sócio em potencial, um investidor, etc. O distribuidor queria saber sobre a qualidade de seu produto e sua capacidade de produção; o fornecedor sobre sua tradição e capacidade em honrar dívidas; um sócio queria saber sobre o futuro do negócio; mas o investidor, seja banco, seja capitalista de risco, quer saber sempre sobre tudo o que se relacione com a empresa, em seu conjunto. Passado, presente, futuro, qual é a competência de quem a dirige, qual é o potencial de mercado, a lucratividade, etc. surgiu então um documento completo, o plano de negócios, que dá todas as respostas sobre a empresa.

O Plano possibilita e ajuda o empreendedor a fazer uma análise e um diagnóstico do ambiente em que a empresa atuará, sabendo de forma mais apurada sobre as necessidades e anseios de seus futuros clientes, a previsão de lucro, potencial dos concorrentes e assim por diante. Ele veio para diminuir os riscos e ampliar oportunidades. Com essa ferramenta o gestor consegue fazer o *feedback*¹, pois ele tem situação atual.

Uma ótima idéia para um negócio e essencial para o sucesso é um bom Plano de Negócios, para que se possa transformar uma idéia ou oportunidade em um excelente negócio. Um Plano de Negócios pode ser elaborado para análise dos sócios, investidores, empregados, parceiros, mercado ou público em geral.

¹ *Feedback* é o procedimento que consiste no provimento de informação à uma pessoa sobre o desempenho, conduta ou eventualidade executada por ela e objetiva reprimir, reorientar e/ou estimular uma ou mais ações determinadas, executadas anteriormente.

De acordo com Bernardi (2007, p.3):

Existem várias razões para justificar o desenvolvimento de um Plano de Negócio profissional e competente, não somente ao iniciar um negócio, que é um imperativo, mas também como uma boa prática de gestão no modelo de negócios, seja para revisar periodicamente o atual modelo dos negócios, seja para projetos estratégicos específicos ou para estabelecer e avaliar as premissas fundamentais ao modelo do negócio.

O plano de negócio representa uma oportunidade única para o futuro empreendedor pensar e analisar todas as faces de um novo negócio, adquirindo aprendizado e conhecimento que serão fundamentais para a permanência da empresa no mercado financeiro.

Segundo Bernardi (2007), um bom plano de negócio deve responder e abranger basicamente os quesitos:

O que a empresa é? Qual é o seu produto? E quem são seus consumidores? Quem são seus concorrentes e qual será o diferencial da empresa? Para onde vai a empresa e como fazer para atingir? Qual o capital investido? Como financiar? Que lucros se esperam? Qual a capacidade de gestão e conhecimento? e Quais são os riscos? (BERNARDI, 2007, 25)

Ainda para Bernardi (2007), a elaboração do plano de negócios, antes do início de empreendimento, acarreta os seguintes benefícios:

Aborda todas as idéias e assim permite uma visão ampla de todas as facetas do novo negócio, evitando a parcialidade que pode induzir os erros; Avalia o potencial de lucro e crescimento de novo negócio, bem como de suas necessidades operacionais e financeiras; Analisar as conseqüências de diferentes estratégias competitivas de marketing, de vendas, de produção e de finanças; Possibilita que as avaliações e experiências sejam realizadas com base em simulações devidamente registradas, evitando gastos e riscos de erros e acertos no início da operação de um novo negócio; Constitui-se de documento básico para atrair sócios e investidores para o novo negócio; Apresenta o novo negócio a fornecedores e clientes contribuindo para obtenção de condições favoráveis e de apoio para o novo empreendimento; Tem um papel fundamental para o recrutamento de empregados, dando-lhes correta perspectiva do novo negócio e as possibilidades de crescimento junto com o novo empreendimento e Orienta os empregados na execução da suas tarefas, de acordo com a estratégia competitiva definida para o empreendimento.(BERNARDI, 2007, p. 58)

A preparação do plano de negócio verifica a motivação, o empenho e o conhecimento dos possíveis sócios. Comprova as idéias e, sobretudo a necessidade de realização do futuro empreendedor. A preparação é difícil, mas é preciso perseverança, trabalho e muita criatividade para superar as dificuldades que muitas vezes parecem insuperáveis. É preciso saber conviver com frustrações quando uma idéia aparentemente excelente se mostra inviável. É necessário um elevado grau de necessidade de realização para elaborar um bom plano e um novo negócio.

Isso leva a refletir que para se abrir uma empresa, devemos nos preparar, uma vez que o sucesso do empreendimento depende do empreendedor, através de um bom planejamento, para que possa prevenir-se contra os riscos.

O plano é a formalização das idéias, da oportunidade, do conceito, dos riscos, das experiências similares, das medidas para minimizá-los, das respostas aos pré-requisitos, da estratégia competitiva, bem como do plano de marketing, de venda, operacional e financeiro para viabilizar o novo negócio. (DEGEN, 1989, p. 177).

O plano do negócio representa uma oportunidade única para o futuro empreendedor pensar e analisar todas as facetas do novo negócio. "A preparação do plano do negócio é, também, uma excelente oportunidade para testar a motivação, o empenho e o conhecimento dos possíveis sócios", e a sua preparação é, também, uma excelente oportunidade para testar a motivação, o empenho e o conhecimento dos possíveis sócios (DEGEN, 1989, p.178-179).

Conforme Bernardi (2007, p. 3), "o plano de negócios em si não garante da empresa ou sua lucratividade; no entanto, desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento", uma vez que, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócios.

Segundo Degen (1989, p. 179), "a principal razão é que um bom plano aumenta significativamente as chances de sucesso de um novo negócio".

1.4 Planejamento do plano de negócios

Existem vários entendimentos e certa controvérsia quanto ao que seja planejamento; por desconhecimento, é visto como tomada de decisões futuras, previsão, adivinhação, bola de cristal, etc. Para outros, pura perda de tempo, dadas as incertezas e a turbulência.

Sabedoria é a capacidade prever as conseqüências, em longo prazo, das ações atuais, a disposição de sacrificar ganhos em curto prazo em favor de benefícios futuros, e a habilidade de controlar o que é controlável com o que não é. A essência da sabedoria, portanto, é a preocupação com o futuro (BERNARDI, 2007, p. 05).

Segundo Ackoff (1979 apud BERNARDI, 2007, p. 5):

Planejamento é a definição para a busca de um futuro almejado, e dos meios mais eficazes de alcançá-lo. Tal futuro tornando-se possível, probabilisticamente, a partir das decisões tomadas no presente que podem viabilizar o futuro. Isto vai muito além da mera projeção ou previsão, tornando-se uma filosofia de trabalho. Embora não garanta o futuro desejado, o planejamento define os objetivos, direciona os esforços e recursos e dá um rumo ao empreendimento, o que nada tem a ver com previsão ou com futuro garantido, ate pela dinâmica, volatilidade e complexidade do contexto empresarial.

1.5 Eficácia do plano de negócios

Segundo Dolabela (1999, p. 65), não saber distinguir entre uma ideia e uma oportunidade é uma das grandes causas de insucesso. A confusão entre ideia e oportunidade é muito comum entre os empreendedores iniciantes. Identificar e agarrar uma oportunidade são, por excelência, a grande virtude do empreendedor de sucesso. É necessário que o empreendedor desenvolva essa capacidade, praticando sempre. Atrás de uma oportunidade sempre existe uma ideia, mas somente um estudo de viabilidade, que pode ser feito através do plano de negócios, indicará se seu potencial poderá se transformar em um bom negócio.

Dolabela (1999, p. 71)

Por essa razão, o Plano de Negócios é essencial para diminuir riscos e para que como empreendedor você tenha, mais do que qualquer pessoa no mundo, a capacidade de estimar-se a sua empresa, projetada com base na sua visão de mundo, nos seus valores, expectativas, conhecimento de mercado, terá sucesso ou não. Enquanto você for possuído por essa dúvida, por essa ansiedade de saber o que as outras pessoas pensam do seu projeto, não comece a sua empresa.

1.6 Benefícios do desenvolvimento do plano de negócios

O desenvolvimento do plano de negócios conduz e obriga o empreendedor ou o empresário a concentrar-se na análise do ambiente de negócios, nos objetivos, nas estratégias, nas competências, na estrutura, na organização, nos investimentos e nos recursos necessários, bem como no estudo da viabilidade do modelo do negócio.

Por essa análise, detectam-se as possíveis vulnerabilidades e ameaças do negócio e as contramedidas necessárias, bem como as oportunidades e as forças, delineando uma trilha estratégica congruente ao negócio". (BERNARDI, 2007, p. 17).

Como decorrência do processo, das análises qualitativas e quantitativas desenvolvidas e estudadas pela narrativa do modelo e pelo teste dos números, fica definida uma série de metas que servirão de avaliação e medição do desempenho e desenvolvimento do empreendimento, o que, entre outros benefícios, evidencia futuras correções de rota.

Como nem todo empreendedor ou empresário tem, usualmente, a totalidade dos recursos necessários aos investimentos decorrentes do plano e dos objetivos, existência do plano de negócios, desenvolvido de forma profissional e competente, é requisito fundamental e facilitador na procura de investidores interessados e instituições de financiamento.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Descrição

O negócio será um Restaurante, o qual oferecerá refeições caseiras, saudáveis e nutritivas, produtos e serviços de ótima qualidade, produzidos por profissionais capacitados, levando-se em conta preço acessível ao cliente.

O Restaurante Sabor Goiano será um negócio que oferecerá um ambiente agradável onde os clientes encontrarão os seguintes serviços: entradas frias e quentes, massas e ainda uma grande variedade de carnes bovinas, suínas, peixes e aves, uma seleção de sobremesas diferenciadas, bebidas geladas e quentes, fornecendo serviços e produtos de qualidade e visando a satisfação e o bem-estar de seus clientes.

Cada vez mais atrativos são oferecidos pelo restaurante: a beleza do ambiente e da decoração, o som, o prazer de ter pessoas agradáveis.

Alguns pontos fortes são identificados no projeto do Restaurante Sabor Goiano como:

- **Cardápio variado.** Terá alterações toda semana pelo chefe de cozinha.
- **Excelência no tratamento aos clientes.** A empresa terá como principal proposta, funcionários treinados e capacitados em um excelente atendimento.
- **Ótima localização.**
- Será localizada no centro da cidade de Ceres-Go.

2.2 Dados

Rainildes Carvalho de Castro, residente e domiciliada na Rua. 34 Qd. 08 Lt.19 Rialma II, na cidade de Rialma – Goiás, solteira, brasileira, 23 anos.

Dados

Colégio Estadual Polivalente Rui Barbosa

Ensino Médio – Ano de conclusão: 2004

Facer - Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba

Curso Superior – Administração de Empresa - em andamento

Participação

Millenium Informática

Curso de Informática Básico, windows, word, excel, coreldraw, internet, powerpoint. Ano de conclusão: 2003

Perfil

Empresa: IBA Vieira, Frigorífico ki Boi na cidade de Rialma/GO, está no ramo de abate de carne bovina desde 2001, constituída por 53 funcionários. Ao longo desses anos tem gerado empregos diretos e indiretos, contribuindo para o desenvolvimento da região e proporcionando melhor qualidade de vida a todos os envolvidos com a empresa.

Habilidades profissionais: cadastro de clientes e fornecedores, auxiliar de vendas, lançamentos de notas, auxiliar administrativa e recepcionista etc.

Habilidades pessoais: simpatia, educação e excelente comunicação.

Admitida no ano: 2004, ainda em atividade.

2.3 Apresentação

2.3.1 Dados

RAZÃO SOCIAL: Castro & Cia LTDA

NOME DE FANTASIA: **RESTAURANTE SABOR GOIANO**

ENDEREÇO: Avenida Bernardo Sayão n. 585 centro Ceres-go

O setor de atividade da empresa será o comércio, que irá vender diretamente ao consumidor final.

A forma jurídica escolhida é a de sociedade limitada.

Será o Regime Simples Nacional, pelo fato de que a empresa terá uma receita bruta que não ultrapassará os R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) nem os R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais), faturamento esse devido pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instituído pela Lei Complementar nº. 123/2006, e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

2.4 Missão

A missão será oferecer aos clientes um ambiente agradável e descontraído, para que possam desfrutar de uma diversidade de serviços como: refeições e bebidas de ótima qualidade, preço acessível, agilidade, garantindo um atendimento diferenciado. Será a melhor opção em restaurantes, funcionando de forma planejada, proporcionando bem-estar aos clientes, contribuindo para o aumento da produtividade e melhoria da qualidade de vida da empresa e de seus colaboradores.

2.5 Visão

Consolidar-se no fornecimento de refeições caseiras e saudáveis, com cardápio diferenciado, preço acessível, qualidade e atendimento, superando e surpreendendo as expectativas dos clientes. Expandindo seu mercado na área comercial de Ceres e Rialma e todo vale de São Patrício.

2.6 Objetivos

A empresa terá como objetivos em curto prazo:

- Propor treinamentos para que a empresa tenha maior qualidade em atendimento, para conquistar e reter clientes, melhorando as vendas visando a satisfação e o bem-estar de seus clientes.

Para objetivos em médio prazo

- Crescer o número de clientes;
- Aumentar a capacidade produtiva para atender a demanda.

Para objetivos em longo prazo

- Criar filiais do Restaurante Sabor Goiano nas cidades de Uruaçu e Porangatu.

3 PLANO DE MARKETING

3.1 Mercado

O mercado de Ceres e Rialma é, por assim dizer, viável à existência de mais um Restaurante na Avenida Bernardo Sayão nº 585 centro, mais uma opção de restaurante na cidade de Ceres, pois nossa cidade é bastante movimentada, recebe muitas pessoas de todas as cidades vizinhas, visitantes e estudantes que têm necessidade de realizarem suas refeições fora de casa.

O empreendimento irá trabalhar com prestação de serviços, onde vamos investir em boas instalações, treinamentos de funcionários, preço acessível, ambiente limpo e agradável, onde os clientes encontrarão uma excelente alimentação, mantendo sempre a qualidade nos alimentos e no atendimento para se tornar um dos melhores da cidade.

Conforme a estimativa de produção e a composição dos custos do Restaurante, os produtos e refeições proporcionarão não só a cobertura dos custos, mas também um bom retorno financeiro para a organização. Tudo será muito bem planejado, para saber lidar com as ameaças, tendo a certeza de que se conhece o mercado no qual pretende-se atuar.

3.2 Praça

O empreendimento se localizará na Avenida Bernardo Sayão nº. 585 centro, na cidade de Ceres Goiás, próximo a comércios, hospitais, clinicam, supermercados, lojas, e outros. É um local de fácil acesso tanto para os visitantes da cidade quanto para os demais consumidores.

3.3 Produto

No Restaurante Sabor Goiano os clientes encontrarão os seguintes serviços: uma variedade de opções, ambiente agradável, entradas frias e quentes, massas, e ainda uma grande variedade de carnes bovinas, suínas, peixes e aves,

uma seleção de sobremesas diferenciadas, bebidas geladas e quentes que serão servidas nas mesas por garçons capacitados para atender o cliente da melhor maneira possível.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Cardápio variado, toda semana. • Refeições caseiras, nutritivas e saudáveis. • Preços acessíveis. • Funcionários treinados e capacitados para um excelente atendimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelização dos clientes, • Falta de experiência prática no ramo.

Quadro 1 - Pontos Fortes e Pontos Fracos dos produtos
Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

3.4 Preço

Quanto ao preço, o Restaurante Sabor Goiano se preocupará em adotar estratégias de vendas que façam com que os clientes percebam que a empresa e os produtos são os melhores do mercado, superando e surpreendendo suas expectativas, além de preços acessíveis a todas as classes sociais.

O preço das refeições foi estipulado conforme pesquisa realizada de acordo com mercado de Ceres e Rialma que atualmente consta alguns pratos, conforme descrito a seguir.

Descriminação	Valor
Água com gás 500 ml	R\$ 1,50
Água sem gás 500 ml	R\$ 1,50
Refrigerante lata	R\$ 2,00
Refrigerante 2 litros	R\$ 4,50
Refeições em Kg	R\$14,99
Sobremesa em Kg	R\$15,99

Quadro 2 - Estudo dos preços
Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

3.5 Promoção

As estratégias promocionais serão feitas através de divulgações, boca a boca, faixas, anúncios e vinhetas em rádios, brindes como, camisetas, bonés, canetas,

adesivos, etc. Fazer boas promoções, mantendo o padrão de qualidade, a cada dia uma promoção de prato, que sempre serão divulgados.

3.6 Estudo

O Restaurante Sabor Goiano atenderá a clientes de toda faixa etária, pois as refeições serão oferecidas a todo tipo de cliente como: crianças, adolescentes, adultos, famílias, vendedores, viajantes etc. O intuito da organização é de agradar todos os tipos de cliente, serão pessoas de todas as classes sociais, residentes e domiciliares na cidade de Ceres e Rialma, e cidades vizinhas.

Nosso grande desafio é conquistar esses clientes, oferecendo serviços como agilidade e rapidez no atendimento, boas refeições, um ambiente agradável e limpo, mantendo sempre o padrão de qualidade.

3.7 Concorrentes

1- Péssimo 2- Ruim 3- Regular 4- Bom 5- Ótimo

	Atendimento	Localização	Preço	Qualidade	Serviço ao Cliente
Restaurante Sabor Goiano	5	5	4	5	5
Restaurante Avenida	3	5	3	5	4
Restaurante Bom Apetite	3	4	3	3	3
Restaurante Casarão	5	4	3	5	4
Restaurante Cheiro verde	2	4	2	3	3
Restaurante da Rodoviária	3	4	2	3	2
Churrascaria Caçula	5	5	1	5	4
Churrascaria Grassiano	4	3	3	4	4
Restaurante Nunes	3	3	5	4	5
Imperial Bar	2	5	5	5	3
Fogão a Lenha	5	5	5	4	4

Quadro 3 - Estudo dos Concorrentes

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

Através do estudo dos concorrentes citados acima, pode-se considerar que o Restaurante Sabor Goiano terá condições de concorrer com os mesmos, pois a cidade oferece bastantes opções na área de alimentação e grande parte da população de Ceres e Rialma e cidades vizinhas são acostumadas a realizar suas refeições em restaurantes.

3.8 Estudos dos Fornecedores

Com relação ao mercado existente, nota-se que o mesmo é muito exigente em questão de qualidade, portanto, os fornecedores deverão oferecer bons serviços no que se refere a condições de atendimento, eficiência e qualidade.

Fornecedores	Localização	Produtos Oferecidos
Frigorífico ki-boi	Av. Bernardo Sayão centro Ceres.	Carnes Bovinas e Suínas.
Saborelle	Av. Bernardo Sayão N. 2005 Centro Rialma.	Secos e molhados em Geral.
Cervale - Cervejas e refrigerantes do vale	Av. Bernardo Sayão Qd. I, Lt. 27 Ceres.	Refrigerante, Água mineral, outras bebidas em geral.
Feira do Produtor Ceres, e Rialma	Feira coberta de Ceres, Feira coberta de Rialma.	Verduras e legumes.
Mercafrutas	Rua Alfredo de Pádua, Ceres.	Material de limpeza, verduras e legumes, Peixe, Condimentos, e Secos e molhados em geral.

Quadro 4 – Estudo dos Fornecedores -

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

Os principais fornecedores serão da mesma cidade, e todos dispõem de produtos de excelente qualidade e ótimos preços, tornando assim um ponto forte para o empreendimento, que minimizará custos.

Frigorífico Ki-boi: A forma de pagamento será de até 30 dias; tendo um prazo de entregas de no máximo um dia e seus preços estão mais baixos do que dos concorrentes.

Saborelle: A forma de pagamento será de até 30 dias; tendo um prazo de entregas de no máximo dois dias e seus preços estão mais baixos do que dos mercados por ser um atacadista.

Cervale: Os preços são mais baixos do que os dos concorrentes, sua forma de pagamento é à vista e seu prazo de entrega é de no máximo seis dias.

Feira do Produtor: Produtos frescos, saudáveis e de ótima qualidade, os preços são variados e o pagamento é à vista.

Mercafrutas: Os preços são em média mais caros que os dos concorrentes, o prazo de pagamento é de 30 dias; com diferencial em questão de variedades e produtos de ótima qualidade.

3.9 Análise Swot

A Análise estratégica de SWOT irá possibilitar ao empreendedor do Restaurante Sabor Goiano organização em relação às ameaças e oportunidades existentes no mercado, assim como identificar suas forças e fraquezas.

Análise Interna	Análise Interna
Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Funcionários treinados, para atender a clientela da melhor maneira possível. - Rapidez e agilidade no atendimento. - Refeições de ótima qualidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade inicial da empresa de obter clientela e conseguir fidelizá-los, por não ser conhecida. - Falta de experiência prática no ramo.
Análise Externa	Análise Externa
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Surpreendendo a clientela, oferecendo refeições de ótima qualidade, preço menor que o da concorrência. - Satisfação da clientela, com relações aos serviços, ambiente físico confortável, divulgando o elevado grau de qualidade dos serviços gerando aumento considerável nos lucros. 	<ul style="list-style-type: none"> - A concorrência dos restaurantes localizados na área comercial de Ceres e Rialma. - A empresa terá de competir com empresas que já possuem sua clientela.

Quadro 5 - Análise Swot

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

Para diminuir os riscos e ameaças, o Restaurante Sabor Goiano investirá em um espaço amplo e confortável para satisfazer seus clientes da melhor maneira possível. A empresa se preocupará em ter funcionários capacitados e motivados para que possam atender bem à clientela, pelo nome e imagem e pelos recursos materiais e financeiros do estabelecimento.

3.10 As Vendas

As vendas serão realizadas no próprio estabelecimento, onde terá uma variedade de refeições e sobremesas deliciosas. Uma das principais preocupações é de adotar uma estratégia de vendas, que faça com que os clientes percebam que no Restaurante são oferecidos produtos e refeições com excelente qualidade, um lugar agradável e acima de tudo, preço justo.

A promoção de vendas é um conjunto de ações que visa estimular o consumidor para adquirir produtos em curto prazo em maior quantidade. Será feito isso com o objetivo de incentivar e atrair o público alvo, aumentando assim as compras de produtos e o consumo de refeições.

Os tipos de promoções de vendas que serão oferecidas aos consumidores do Restaurante Sabor Goiano serão: descontos especiais, preços promocionais.

3.11 Publicidade

A propaganda será feita através anúncios em rádios, carros de sons, panfletos, placas nas entradas e saídas da cidade, informando o tipo de serviço do estabelecimento, localização, dentre outros, pois anúncios nesses casos, são mais baratos e atingem diretamente o seu público alvo.

3.12 Atendimento

O Restaurante Sabor Goiano priorizará treinamentos e capacitações profissionais de seus funcionários, proporcionará qualidade, agilidade e rapidez no atendimento. Todos os nossos clientes deverão ser atendidos rapidamente por uma questão de eficiência e qualidade.

4. PLANO OPERACIONAL

4.1 Localização

O Restaurante Sabor Goiano se localizará na Avenida Bernardo Sayão nº. 585 centro na cidade de Ceres-go. O que levou á escolha foi a boa localização, sendo no centro da cidade, em umas das avenidas principais e com um grande movimento, ou seja, com um fluxo considerável de pessoas e carros e um bom acesso a pessoas de Ceres, Rialma e cidades vizinhas.

A empresa será instalada em um imóvel alugado, no qual, o locatário tem o interesse em atender e fazer um prédio, de acordo com as necessidades da empresa, tendo em contrapartida um contrato firmado de aluguel, por 02 anos.

O aluguel será de R\$ 930,00 podendo ter acréscimo anualmente.

O que levou ao interesse pelo imóvel foi a flexibilidade e a oportunidade de montar o Restaurante de maneira a se tornar um estabelecimento inovador e diferente dos demais, com clima agradável e chamativo, além de aspecto sofisticado em relação aos concorrentes.

O imóvel será alugado, pois se verificou que a compra do mesmo comprometeria parte dos recursos. Foi pesquisado e avaliado que o imóvel em questão satisfará às necessidades exigidas. Localizou-se um bom espaço, em ótima localização, com possibilidade de algumas modificações na planta e é atendido por rede de água, esgoto, luz, etc.

Há regularização do imóvel perante órgãos públicos federais, estaduais e municipais. Assim, foi comprovado que não há impedimento da prefeitura quanto à planta do mesmo.

O laudo de vistoria prévia fará parte do contrato de locação, no qual estarão explícitas as condições do imóvel antes de sua locação, visto que, na entrega do mesmo, deverá estar nas mesmas condições de quando foi locado. Para comprovação serão necessárias fotos e relatórios sobre tudo que se encontra no imóvel, para que nenhuma das partes arque com prejuízos desnecessários.

O contrato de locação é importante para que fiquem estabelecidas entre locador e locatário, algumas condições, mediante o pagamento do aluguel. Esse contrato é dado por meio de um contrato por escrito onde constará o valor do

objetivo de aluguel, formas de pagamento, duração da locação e vários outros pontos onde serão estabelecidos de comum acordo entre o locador e o locatário.

O contrato será composto por duas vias, uma ficará com o dono do imóvel e outra para O Restaurante Sabor Goiano, sendo ambas assinadas no momento pelas partes interessadas.

4.2 Layout

O Layout da empresa está apresentado na página seguinte, à distribuição física da empresa.

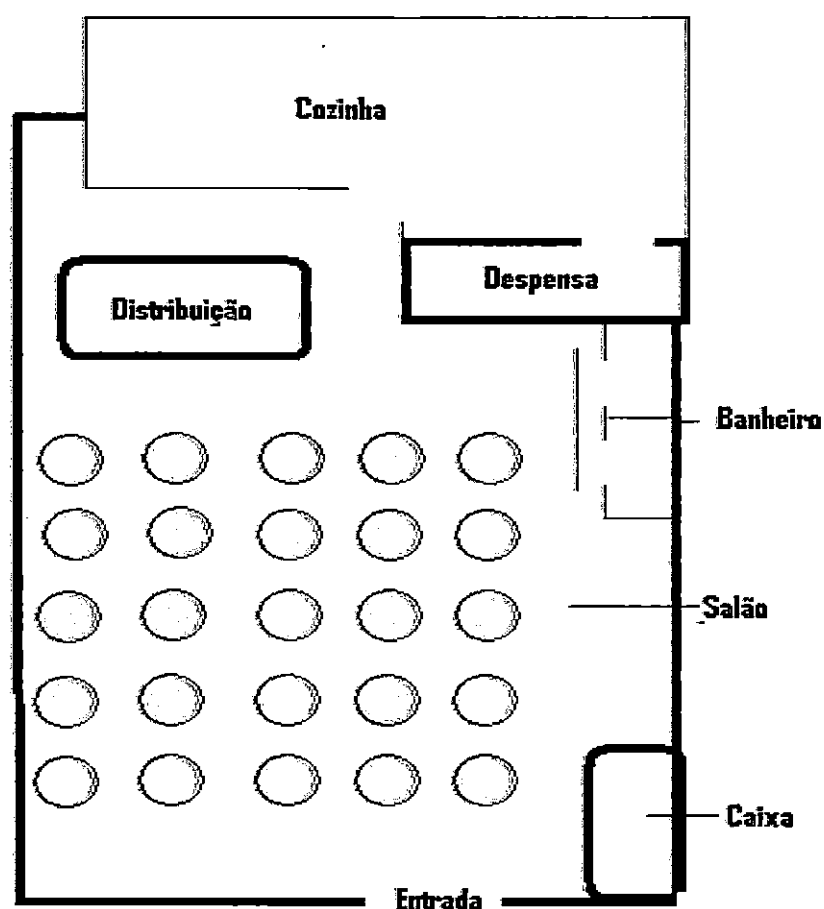


Figura 1 – Layout

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

O perfil arquitetônico do Restaurante Sabor Goiano, será de um ambiente agradável e com imagens naturais. Estima-se um imóvel com 115 metros quadrados, sendo 85m para o salão e 30m para a área de produção.

O balcão dos alimentos estará localizado de forma que facilitará o acesso dos clientes aos alimentos permitindo a movimentação das pessoas em redor do distribuidor. O caixa ficará próximo à saída do estabelecimento.

A localização dos banheiros (dois – 1 feminino e 1 masculino) ficará distante do local de processamento de refeições, porém, de fácil acesso ao salão de atendimento.

4.3 Capacidade

O Restaurante Sabor Goiano contará com instalações necessárias para obter uma produção de qualidade, disponibilizarão de equipamentos eletrodomésticos, máquinas e matéria-prima de ótima qualidade.

A empresa terá um funcionamento estimado de 26 dias por mês, com uma venda estimada de 70 a 80 refeições diárias, totalizando 2.000,00 refeições ao mês e funcionamento das 11 horas às 14 horas 30 minutos de segunda à sábado.

4.4 Processo

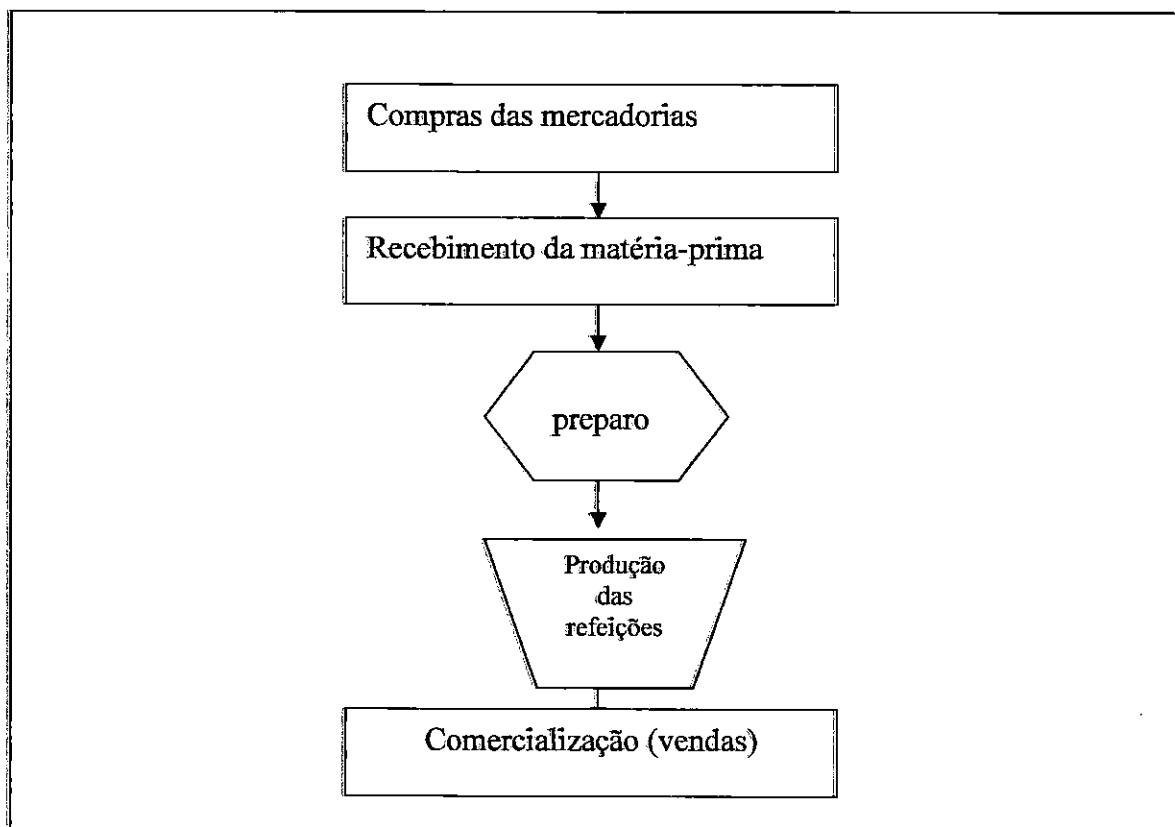


Figura -2 Produção

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

A empresa contará com uma média de 8 funcionários fixos, conforme a tabela a seguir.

Cargo	Quantidade
Caixa	01
Chefe de Cozinha	01
Cozinheiro	01
Churrasqueiro	01
Garçons	04
Total	08

Quadro - 6 Funcionários

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

4.5 Funções

4.5.1 Organograma

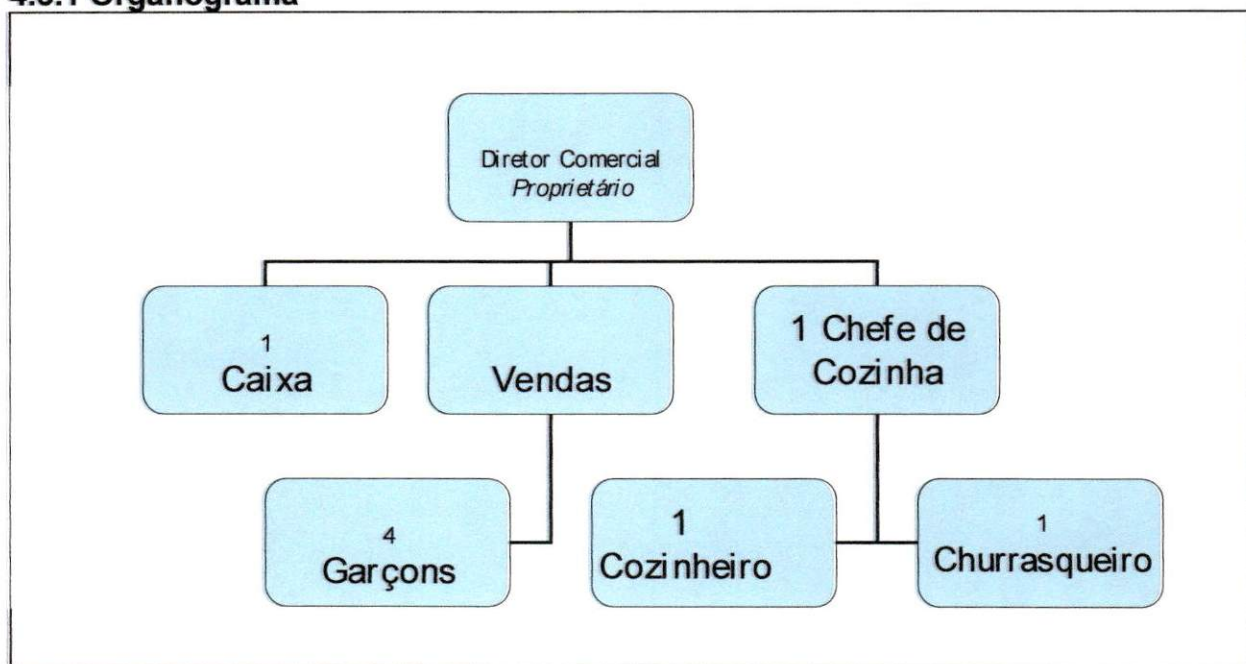


Figura 3 - Organograma

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5. PLANO FINANCEIRO

5.1 Estimativa

Quanto aos investimentos fixos, trata-se dos equipamentos, móveis e utensílios que o empreendimento utilizará para desempenhar da melhor maneira, suas atividades.

Os investimentos fixos deverão ser feitos antes mesmo de abrir o empreendimento, pois é de suma importância para o empreendedor, avaliar e escolher os mesmos, pois terão impacto direto no prazo de retorno.

Investimentos

A – Máquinas e Equipamentos				
Discriminação	Qtd.	Preço Unit.		Valor
1- Apoio				R\$ 5.268,00
Computador	1	R\$	2.229,00	R\$ 2.229,00
Calculadora (mesa ELGIN MR61-25)	1	R\$	239,00	R\$ 239,00
Impressora fiscal (Bimatech 2100)	1	R\$	2.800,00	R\$ 2.800,00
2- Cozinha				R\$ 18.605,00
Extrator de sucos (aço inox)	1	R\$	399,00	R\$ 399,00
Freezer Vertical (300L. GSD32-A INOX)	2	R\$	2.299,00	R\$ 4.598,00
Freezer Horizontal (cônsul CHB 42C)	2	R\$	1.849,00	R\$ 3.698,00
Fogão Industrial (8 bocas com forno)	2	R\$	1.798,00	R\$ 3.596,00
Liquidificador (industrial 1,5 lts)	2	R\$	299,00	R\$ 598,00
Multiprocessador (MC5 Multipratic)	1	R\$	169,00	R\$ 169,00
Cilindro para massa	1	R\$	450,00	R\$ 450,00
Máquina de moer carne	1	R\$	650,00	R\$ 650,00
Refrigerador inox 4 portas - 1040 L	1	R\$	3.485,00	R\$ 3.485,00
Cortador de Legumes	1	R\$	264,00	R\$ 264,00
Tacho elétrico (fritador 7 lt inox)	2	R\$	349,00	R\$ 698,00
3- Área de Refeição				R\$ 11.244,00
Balcão (Gelopar para bebidas)	1	R\$	2.420,00	R\$ 2.420,00
Mesa Térmica 12 cubas	1	R\$	3.676,00	R\$ 3.676,00
Mesa Refrigerada (saladas) 8 cubas	1	R\$	3.499,00	R\$ 3.499,00
Mesa Porta pratos e talheres	1	R\$	1.649,00	R\$ 1.649,00

B – Móveis e Utensílios			
4- Móveis e utensílios de cozinha			R\$ 1.620,00
Bancada em granito (2,00 x 1,00)	3	R\$ 300,00	R\$ 900,00
Prateleiras	6	R\$ 120,00	R\$ 720,00
5- Material para salão			R\$ 8.445,00
Balcão (caixa)	1	R\$ 545,00	R\$ 545,00
Cadeiras	105	R\$ 40,00	R\$ 4.200,00
Ventiladores	10	R\$ 70,00	R\$ 700,00
Mesas	25	R\$ 120,00	R\$ 3.000,00
6- Móveis de copa			R\$ 957,00
Bancada	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Balança Filizola (CSL CD)	1	R\$ 657,00	R\$ 657,00
7- Utensílios de cozinha			R\$ 1.684,60
Assadeiras	8	R\$ 15,00	R\$ 120,00
Abridores de Lata	5	R\$ 1,00	R\$ 5,00
Batedeira (ciranda Duo – Arno)	1	R\$ 149,00	R\$ 149,00
Batedor de Bife	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Caçarola	5	R\$ 35,00	R\$ 175,00
Caldeirão	5	R\$ 40,00	R\$ 200,00
Conchas	5	R\$ 3,50	R\$ 17,50
Colheres (arroz)	5	R\$ 3,50	R\$ 17,50
Colheres (cozinha)	10	R\$ 3,50	R\$ 35,00
Coador /Esmagador	3	R\$ 35,00	R\$ 105,00
Escorredor (louças)	3	R\$ 22,00	R\$ 66,00
Facas (carnes)	5	R\$ 22,00	R\$ 110,00
Facas (legumes)	5	R\$ 18,00	R\$ 90,00
Fatiador (legumes)	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Forma Canelada	5	R\$ 14,00	R\$ 70,00
Forma Oval	5	R\$ 14,00	R\$ 70,00
Frigideiras	5	R\$ 15,00	R\$ 75,00
Garrafa para Café	4	R\$ 15,00	R\$ 60,00
Jarra para Suco	25	R\$ 3,00	R\$ 75,00
Peneira	5	R\$ 5,00	R\$ 25,00
Pirex Regular	5	R\$ 10,90	R\$ 54,50
Pirex Oval	4	R\$ 10,90	R\$ 43,60
Porta Talheres	2	R\$ 14,50	R\$ 29,00
Talheres para Saladas	5	R\$ 6,50	R\$ 32,50
8- Copa			R\$ 2.446,10
Copos (dz)	12	R\$ 10,00	R\$ 120,00

Conj. De vinagreiro, saladeiro e paliteiro	25	R\$ 18,00	R\$ 450,00
Facas de mesa (dz)	12	R\$ 35,00	R\$ 420,00
Garfos (dz)	12	R\$ 35,00	R\$ 420,00
Pratos Rasos (dz)	12	R\$ 28,90	R\$ 346,80
Pratos para Sobremesa (dz)	12	R\$ 18,90	R\$ 226,80
Porta Guardanapos	25	R\$ 6,50	R\$ 162,50
Taças (unid.)	120	R\$ 2,50	R\$ 300,00
9 – Outros			R\$ 625,00
Toalha de prato (dz)	5	R\$ 25,00	R\$ 125,00
Toalhas de mesa	50	R\$ 10,00	R\$ 500,00
Total dos Investimentos Fixos			R\$ 50.894,70

Quadro 7 - Investimentos Fixos

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

5.2 Estimativa dos Investimentos Financeiros

A - Estimativa

O estoque inicial do Restaurante Sabor Goiano será de 20 itens de produtos não perecíveis no valor de R\$ 15.000,00.

B - Estimativa

A estimativa de capital de giro é composta pelo valor necessário a cobrir as despesas e os custos fixos, no período de um mês.

Discriminação	Total
1. Reserva de Caixa (cobertura dos custos + despesas fixas).	R\$ 15.000,00

Quadro 8 - Capital de Giro

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.2.1 Estimativa (resumo)

Investimento Financeiro	Total	
A – Estoque Inicial (custo inicial)	R\$	15.000,00
B – Reserva de Caixa (custos fixos + despesas fixas)	R\$	15.000,00
Total dos Investimentos Financeiros (A+B)	R\$	30.000,00

Quadro - 9 Investimento Financeiro

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.3 Estimativa

Investimento pré-operacional são todos os gastos realizados antes do início das atividades da empresa.

O Restaurante Sabor Goiano terá um gasto de investimento pré-operacional de R\$ 14.600,00 que compreende: despesas com legalização, reformas do imóvel, divulgação, dentre outras.

Investimentos Pré-Operacionais	Total	
Despesas de legalização	R\$	1.800,00
Divulgação / Inauguração	R\$	500,00
Cursos e treinamentos / para funcionários	R\$	1.500,00
Obra civil / Reformas	R\$	10.000,00
Outras despesas	R\$	800,00
Total	R\$	14.600,00

Quadro 10 – Investimento Pré-operacional

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.4 Estimativa (resumo)

Descrição	Total	
1. Estimativa dos investimentos fixos	R\$	50.894,70
2. Estimativa dos investimentos financeiros	R\$	30.000,00
3. Estimativa dos investimentos pré-operacionais	R\$	14.600,00
TOTAL	R\$	95.494,70

Quadro 11 - Investimento Total

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

5.5 Estimativa

Produtos	Qtd. Mês	Preço Unitário em (R\$)	Faturamento Mensal
Água c/ gás 500 ml	130	R\$ 1,50	R\$ 195,00
Água s/ gás 500 ml	280	R\$ 1,50	R\$ 420,00
Refeição (Kg)	2.000	R\$ 14,99	R\$ 29.980,00
Refrigerante 600 ml	430	R\$ 2,75	R\$ 1.182,50
Refrigerante 2 litros	500	R\$ 4,50	R\$ 2.250,00
Sobremesa	750	R\$ 15,99	R\$ 11.992,50
Total			R\$ 46.020,00
Meses	Sazonalidade	Faturamento Mensal	Faturamento Anual
Mês 1 ao 4	-15%	R\$ 39.117,00	R\$ 156.468,00
Mês 5 ao 12		R\$ 46.020,00	R\$ 368.160,00
Total anual			R\$ 524.628,00

Quadro 12 - Faturamento Mensal/Anual

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

5.6 Estimativa

Custos Variáveis	Qtd.	Custo Unitário	Valor Mensal	Valor Anual (R\$)
Arroz	400	R\$ 3,00	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
Água c/ Gás	130	R\$ 0,60	R\$ 78,00	R\$ 936,00
Água s/ Gás	280	R\$ 0,60	R\$ 168,00	R\$ 2.016,00
Açúcar	100	R\$ 1,59	R\$ 159,00	R\$ 1.908,00
Bacon	60	R\$ 10,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
Carne Bovina	500	R\$ 12,00	R\$ 6.000,00	R\$ 72.000,00
Carne Suína	300	R\$ 7,40	R\$ 2.220,00	R\$ 26.640,00
Carne Frango	300	R\$ 3,69	R\$ 1.107,00	R\$ 13.284,00
Peixe	50	R\$ 13,99	R\$ 699,50	R\$ 8.394,00
Calabresa	50	R\$ 10,00	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Condimentos	170	R\$ 1,75	R\$ 297,50	R\$ 3.570,00
Doces variados	130	R\$ 6,99	R\$ 908,70	R\$ 10.904,40
Embalagens	200	R\$ 6,99	R\$ 1.398,00	R\$ 16.776,00
Feijão	160	R\$ 3,50	R\$ 560,00	R\$ 6.720,00
Frutas	150	R\$ 5,99	R\$ 898,50	R\$ 10.782,00

Gás (45 kg)	3	R\$ 195,00	R\$ 585,00	R\$ 7.020,00
Hortaliças	200	R\$ 1,25	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Leite	70	R\$ 1,50	R\$ 105,00	R\$ 1.260,00
Macarrão	100	R\$ 2,75	R\$ 275,00	R\$ 3.300,00
Milho Verde	200	R\$ 1,75	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00
Ovos (cx 30 dz)	3	R\$ 65,00	R\$ 195,00	R\$ 2.340,00
Óleo	200	R\$ 2,49	R\$ 498,00	R\$ 5.976,00
Outros	20	R\$ 8,00	R\$ 160,00	R\$ 1.920,00
Palmito	30	R\$ 6,00	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00
Presunto	30	R\$ 8,00	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
Refrigerante 600 ml	430	R\$ 1,49	R\$ 640,70	R\$ 7.688,40
Refrigerante 2 litros	500	R\$ 2,50	R\$ 1.250,00	R\$ 15.000,00
Creme de Leite	20	R\$ 1,39	R\$ 27,80	R\$ 333,60
Requeijão Cremoso	30	R\$ 2,99	R\$ 89,70	R\$ 1.076,40
Queijo Mussarela	30	R\$ 13,99	R\$ 419,70	R\$ 5.036,40
Queijo Parmesão	30	R\$ 8,99	R\$ 269,70	R\$ 3.236,40
TOTAL			R\$ 22.329,80	R\$267.957,60

Quadro 13 - Custos, insumos e matéria-prima
 Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

5.7 Estimativa

Discriminação	%	Faturamento total	Custo total
Impostos			
Simples Nacional	7,6	R\$ 524.628,00	R\$ 39.871,72

Quadro -14 Custo de Comercialização
 Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

5.8 Estimativa

Cargo	Qtd.	Salários	Encargos FGTS	Encargos Totais Anuais	Total
Caixa	1	R\$ 755,62	R\$ 60,45	R\$ 725,40	R\$ 816,07
Chefe de Cozinha	1	R\$ 1.007,50	R\$ 80,60	R\$ 967,20	R\$ 1.088,10
Cozinheiro	1	R\$ 755,62	R\$ 60,45	R\$ 725,40	R\$ 816,07
Churrasqueiro	1	R\$ 503,75	R\$ 40,30	R\$ 483,60	R\$ 544,05
Garçons	4	R\$ 2.015,00	R\$ 161,20	R\$ 1.934,40	R\$ 2.176,20
Total	8	R\$ 5.037,49	R\$ 403,00	R\$ 4.836,00	R\$ 5.440,49

Quadro -15 Custo de mão-de-obra

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

Cargo	Qtd.	Salários	Encargos INSS (11%)	Total
Diretor Administrativo	1	R\$ 3.000,00	R\$ 330,00	R\$ 3.960,00

Quadro -16 Pró-labore e encargos da diretoria

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009.

5.9 Estimativa

Itens	Valor do bem (R\$)	Vida útil (anos)	Dep. Mensal	Dep. Anual (R\$)
Equipamentos	R\$ 29.849,00	5	R\$ 497,48	R\$ 5.969,76
Equip. (informática)	R\$ 5.268,00	3	R\$ 146,33	R\$ 1.755,96
Móveis e utensílios	R\$ 15.777,70	10	R\$ 131,48	R\$ 1.577,76
Total	R\$ 50.894,70		R\$ 775,29	R\$ 9.303,48

Quadro -17 Custos com depreciação

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.10 Estimativa

Custos Fixos	Mensal (R\$)	Anual (R\$)
Água	R\$ 420,00	R\$ 5.040,00
Aluguel	R\$ 1.162,50	R\$ 13.950,00
Depreciação	R\$ 775,29	R\$ 9.303,48
Encargos (FGTS 8%)	R\$ 403,00	R\$ 4.836,00

Manutenção	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Seguro	R\$ 25,00	R\$ 300,00
Salário dos Funcionários	R\$ 5.037,49	R\$ 60.449,88
Total	R\$ 8.223,28	R\$ 98.679,36

Quadro -18 Custos com depreciação

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.11 Despesas

	Mensal (R\$)	Anual (R\$)
Despesas fixas		
Energia	R\$ 1.400,00	R\$ 16.800,00
Encargos (INSS 11%)	R\$ 330,00	R\$ 3.960,00
Honorárias Contábeis	R\$ 465,00	R\$ 5.580,00
Internet / Telefone	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Matéria de escritório	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00
Matéria de limpeza	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Pró-labore	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Correios	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Responsabilidade Social	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Juros de Reposição de Rec. Próprio	R\$ 327,87	R\$ 3.934,38
Total	R\$ 6.662,87	R\$ 79.954,38

Quadro -19 Despesas fixas

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.12 Demonstrativo

Receita Total com Vendas	R\$ 524.628,00
Deduções das Receitas (Simples)	R\$ 39.871,72
(=) Receita Líquida com Vendas	R\$ 484.756,28
(-) CPV (soma dos custos variáveis com os fixos)	R\$ 366.636,96
(=) Resultado Operacional	R\$ 118.119,32
(-) Despesas	R\$ 79.045,01
(=) Resultado Líquido	R\$ 39.074,31

Quadro: 20 Demonstrativo do resultado

Fonte: Dados de pesquisa, adaptados pela autora, 2009

5.13 Indicadores

Ponto de Equilíbrio

$$PE \text{ faturamento} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$$

$$PE \text{ faturamento} = \frac{199.489,76}{0,50} = 398.979,52 \div 12 \text{ meses} = 33.248,29$$

Isso quer dizer que R\$ 398.979,52 do faturamento do restaurante é para cobrir todos os custos que equivalem a R\$ 33.248,29 por mês.

Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{39.074,31 \times 100}{524.628,00} = 7,45 \%$$

Sob R\$ 524.628,00 de receita anual total “sobram” R\$ 39.074,31 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 7,45 % a.a. Que é um bom resultado para o primeiro ano da empresa.

Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{39.074,31 \times 100}{95.494,70} = 41\%$$

Isso significa que, a cada ano, serão recuperados 41% do valor investido. Tendo em vista que esse ramo de atividade tem uma alta rentabilidade o Restaurante Sabor Goiano está na média.

Prazo

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Prazo} = \frac{95.494,70}{39.074,31} = 2,44$$

Isso mostra que 2 anos e 5 meses após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, o que gastou com a montagem.

Estrutura

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1. CUSTOS COM INSUMOS E MATÉRIA-PRIMA	267.957,60	304.265,85	334.692,44	368.161,68	404.977,85
2. CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	39.871,72	45.274,34	49.801,77	54.781,95	60.260,14
Simples Nacional	39.871,72	45.274,34	49.801,77	54.781,95	60.260,14
3. CUSTOS FIXOS	98.679,36	110.789,79	120.938,42	132.101,92	144.381,76
Aluguel	13.950,00	15.840,23	17.424,25	19.166,67	21.083,34
Água	5.040,00	5.722,92	6.295,21	6.924,73	7.617,21
Salário dos Funcionários	60.449,88	68.640,84	75.504,92	83.055,41	91.360,96
Encargos (FGTS 8%)	4.836,00	5.491,28	6.040,41	6.644,45	7.308,89
Depreciação	9.303,48	9.303,48	9.303,48	9.303,48	9.303,48
Seguro	300,00	340,65	374,72	412,19	453,41
Manutenção	4.800,00	5.450,40	5.995,44	6.594,98	7.254,48
4. DESPESAS FIXAS	72.096,00	81.865,01	90.051,51	99.056,66	108.962,33
Telefone / Internet	2.400,00	2.725,20	2.997,72	3.297,49	3.627,24
Luz	16.800,00	19.076,40	20.984,04	23.082,44	25.390,69
Honorários Contábeis	5.580,00	6.336,09	6.969,70	7.666,67	8.433,34

Pró-labore	36,00	40,88	44,97	49,46	54,41
Encargos (INSS 11%)	36.000,00	40.878,00	44.965,80	49.462,38	54.408,62
Gastos Com Responsabilidade Social	1.800,00	2.043,90	2.248,29	2.473,12	2.720,43
Material de escritório	4.200,00	4.769,10	5.246,01	5.770,61	6.347,67
Material de limpeza	4.800,00	5.450,40	5.995,44	6.594,98	7.254,48
Correios	480,00	545,04	599,54	659,50	725,45
CUSTOS E DESPESAS ANUAIS TOTAIS	478.604,68	542.194,99	595.484,14	654.102,21	718.582,08
Desp. Fin.(Duplic/Giro Curto F)	3.934,38	3.934,38	2.950,79	1.967,19	983,60
Amort. Gastos difer.		23.873,68	23.873,68	23.873,68	23.873,68

Fluxo

Discriminação	Projeção Anual					
	Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
1 – Investimento Total	(95.494,70)					
2 – Receitas Totais						
3 – Custos Anuais Totais		524.628,00	595.715,09	655.286,60	720.815,26	792.896,79
5 – Juros S/Finc. Pretendidos		478.604,68	542.194,99	595.484,14	654.102,21	718.582,08
		3.934,38	3.934,38	2.950,79	1.967,19	983,60
6 – Lucro Tributável (2-3-9+7-4-5)		81.960,66	94.860,06	106.653,45	119.527,81	133.591,26
7 – Tributação-Simples Nacional (8,28%)		39.871,72	45.274,34	49.801,77	54.781,95	60.260,14
10 – Disponibilidades (6+9-7)		42.088,94	49.585,72	56.851,67	64.745,86	73.331,11
12 – Repos. Financ. Pretendidos			23.873,68	23.873,68	23.873,68	23.873,68
13 – Superávit/(Déficit) (10-12-11)	(95.494,70)	42.088,94	25.712,04	32.977,99	40.872,18	49.457,43
14 – Acumulado	(95.494,70)	(53.405,76)	(27.693,72)	5.284,28	46.156,46	95.613,89

Taxa – TMA

A taxa mínima de atratividade proposta será de 13,55% a.a. Os percentuais foram estabelecidos conforme as taxas SELIC (9,42%) mais a TJLP (4,12%).

Taxa – TIR

Segundo Gitman (1997, p. 330) “É a taxa de desconto que iguala o valor presente das entradas de caixa ao investimento inicial referente a um projeto. A TIR, em outras palavras, é a taxa de desconto que faz com que o VPL de uma oportunidade de investimento iguale-se a zero”.

A Taxa Interna de Retorno do Restaurante Sabor Goiano será de **R\$ 27,19 %**

Valor – VPL

Segundo Gitman (1997, p 329) “Por considerar explicitamente o valor do dinheiro no tempo, o valor presente líquido é considerado uma técnica sofisticada de análise de orçamentos de capital. Esse tipo de técnica, de uma forma ou de outra desconta o fluxos de caixa da empresa a uma taxa especificada. Essa taxa, frequentemente chamada a taxa de desconto, custo de oportunidade ou custo de capital, refere-se ao retorno mínimo que deve ser obtido por um projeto, de forma a manter inalterado o valor de mercado da empresa”.

Sendo Assim o Restaurante Sabor Goiano terá um VPL de **R\$ 95.613,88**

6 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após o término da elaboração deste plano de negócio, ficou claro o quanto ele é importante, pois é uma ferramenta essencial para o gerenciamento de uma organização, onde proporciona uma análise viável dos possíveis riscos que surgirão futuramente.

A elaboração deste plano de negócio me mostrou uma visão clara de um empreendimento, avaliando grandes possibilidades de sucesso, como pode ser observado na distribuição financeira do Restaurante Sabor Goiano será viável, pois estará localizado na cidade de Ceres-GO, região do Vale de São Patrício.

O Restaurante Sabor Goiano terá um planejamento correto, com profissionalismo, esmerando sempre pela qualidade de seus produtos e serviços, preço acessível e profissionais capacitados para atender seus clientes da melhor maneira possível. Além disso, se localizará no centro próximo de comércios, hospitais, clínicas, supermercados, lojas, e outros. É um local de fácil acesso tanto para os visitantes da cidade quanto para os demais consumidores.

Quanto ao ponto de vista técnico financeiro, o plano mostra que os números obtidos são viáveis, justificados pelo percentual de rentabilidade de 41 % ao ano, uma lucratividade de 7,45% ao ano. O prazo de retorno do investimento é em torno de 2 anos e 5 meses, isso significa que o valor investido será recuperado neste período, o que é considerado um ótimo prazo dentro de um negócio que se movimenta em média R\$ 550.0000,00 anuais.

Foi possível também identificar uma vantagem relevante sobre a implantação do restaurante na cidade de Ceres-GO, devido a logística da cidade em relação ao Vale de São Patrício.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Ao concluir este estudo, no qual foi feita a elaboração de um Plano de Negócio para a implantação de um Restaurante na cidade de Ceres-GO, percebe-se os benefícios de se obter um bom planejamento e um ótimo plano de negócio, pois os mesmos direcionam a empresa para o caminho correto, detectando as ameaças de mercado, apoio e tomada de decisões para que assim, obtenham-se maiores vantagens competitivas.

Os municípios de Ceres e Rialma têm uma grande aceitação do projeto, ou seja, a implantação do novo restaurante.

O Plano de Negócios é a ferramenta principal de gestão do empreendedor, uma vez que auxilia o empreendedor a estruturar, de forma escrita, seus pensamentos, visões, estratégias, alocação de recursos, enfim, a definir o caminho a seguir.

Acredita-se que a elaboração de um Plano de negócio é essencial para o empreendedor, não exclusivamente para a busca de recursos no entanto, especialmente, como forma de sistematizar suas idéias e planejar de maneira mais eficiente, antes de entrar de cabeça em um mercado sucessivamente competitivo.

É notório que um plano de negócios bem planejado necessita fundamentar sua oportunidade e projeções financeiras a partir de dados reais e informações precisas.

De acordo com a pesquisa realizada confirma-se até então, a atratividade pelo mercado de comercialização de refeições, acreditando ser um projeto viável a ser realizado, o qual proporciona retornos financeiros.

Finaliza-se, na certeza de que é importante se ter em mente de que não existe um roteiro padrão ou modelo universal de plano de negócios, uma vez que cada negócio tem suas particularidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócio: fundamentos, processos e estruturação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw- Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6 ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 19. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando Ideias em Negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração financeira**. 7 ed. São Paulo: Harbra, 1997.

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB/1- 1528

APÉNDICE

APÊNDICE A



RAINILDES CARVALHO DE CASTRO

DADOS PESSOAIS

Sexo: Feminino

Filiação: Pedro Rodrigues de Castro Filho e Fátima Carvalho do Vale de Castro

Nacionalidade: Brasileira

Naturalidade: Brasília-DF

Data de Nascimento: 03/02/1986

Estado Civil: Solteira

Grau de Instrução: 3º grau cursando último período

Endereço: Rua. 34 Qd. 08 Lt. 19

Cidade: Rialma-Go

Bairro: Rialma II

Cep: 76.310-000

CURSOS: Curso básico em informática (Windows, Word, Excel, Coreldraw, Internet, Powerpoint), e outros como palestras, seminários etc.

Email: ranaadmbrasil@hotmail.com

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Firma: Frigorífico Ki Boi

Endereço: Br 153

Bairro Zona Rural

Cidade: Rialma

Estado: Goiás

Cargo: Auxiliar administrativa, recepcionista, pedidos e cadastros de clientes e outros.

Período: 01 de Abril de 2004, ainda em atividade.

Firma: Saborelle

Endereço: Ave. Bernardo Sayão N. 2005

Bairro: Rialma II

Cidade: Rialma

Estado: Goiás

Cargo: Auxiliar Administrativa, cadastros de clientes, pedidos negociados e outros.

Período: Junho de 2000 até Novembro de 2003