

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO
CURSO : CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DISCIPLINA : ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA
EMPRESARIAL
PROFESSOR: HÉBER LAVOR MOREIRA
ALUNOS : GIANPAOLLO MARCELLO LEÃO SANTOS e
GARDEL RELVAS

**O PLANO DE NEGÓCIOS – IMPLANTAÇÃO DO RESTAURANTE BOM
PALADAR LTDA**

BELÉM
2004

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO
CURSO : CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DISCIPLINA : ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA
EMPRESARIAL
PROFESSOR : HÉBER LAVOR MOREIRA
ALUNOS : GIANPAOLLO MARCELLO LEÃO SANTOS MAT: 0001004901
GARDEL RELVAS

**O PLANO DE NEGÓCIOS – IMPLANTAÇÃO DO RESTAURANTE BOM
PALADAR LTDA**

Trabalho acadêmico apresentado à
Universidade Federal do Pará, como
requisito para avaliação da disciplina
Administração Financeira e Orçamentária
Empresarial, orientada pelo professor
Héber Lavor Moreira .

BELÉM
2004

RESUMO

Viabilização para o processo de implantação de uma sociedade limitada voltada para a operacionalidade alimentícia ,como forma de suprir demanda necessitada de produtos alimentícios de excelente qualidade e preços baixos ,visando auferir lucro operacional de clientela de baixo e médio poder aquisitivo da área comercial de Belém (JOÃO ALFREDO N 33),realizando-se para o perfeito sucesso do empreendimento um eficiente estudo prévio do mercado local,sendo que os empreendedores para a viabilidade do projeto operacional empresarial contaram com colaboradores externos,nutricionistas,coletores de opinião,consultores de empreendedorismo,constatando-se que o empreendimento será viável ,suprindo a necessidade da demanda comercial local ,garantindo mercado consumidor devido método operacional dos gestores,gerando lucro e satisfação da clientela .

1 O EMPREENDIMENTO :	6
1.1 DENOMINAÇÃO DO EMPREENDIMENTO	6
1.2 DADOS DOS DIRIGENTES	7
1.3 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO	7
1.4 FONTES DE RECEITA	7
1.5 NECESSIDADE DE MERCADO A SER ATENDIDA	8
1.6 CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO	8
1.7 VISÃO (OBJETIVO)	8
1.8 META	8
1.9 MISSÃO	9
1.10 ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO	9
1.11 RECURSOS NECESSÁRIOS	9
1.12 RECURSOS FÍSICOS	9
1.14 TABELA DE RECURSOS HUMANOS	10
1.15 ORGANOGRAMA FUNCIONAL	10
1.16 BENEFÍCIO ESPERADO	11
1.17 A ANÁLISE DE S.W.O.T DO RESTAURANTE BOM PALADAR LTDA	11
1.18 AMBIENTE EXTERNO	11
1.19 AMBIENTE INTERNO	12
1.20 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO	12
2 O PRODUTO	12
2.1 QUADRO RESUMO DOS PRODUTOS	12
2.2 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	13
2.3 SISTEMA DE QUALIDADE DO PRODUTO	13
2.4 ALIANÇAS ESTRATÉGICAS	13
3 O MERCADO	13
3.1 IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO ALVO	14
3.2 A CONCORRÊNCIA	14
3.3 QUANTIDADE DE CONCORRENTES	14
3.4 TABELA ANALÍTICA DOS PRINCIPAIS CONCORRENTES	15
3.5 DIFERENCIAL COMPETITIVO	16
3.6 META	16
4 O MARKETING	16
4.1 POLÍTICA DE PREÇOS	16
4.2 PREÇO PRATICADO PELO MERCADO	17
4.3 CANAL DE DISTRIBUIÇÃO	17
4.4 ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO E VENDAS	17
4.5 RELACIONAMENTO COM CLIENTES	18
4.6 PROJEÇÃO DE VENDAS	18

5 PLANO FINANCEIRO	18
5.1 GASTOS DE IMPLANTAÇÃO	19
5.2 PLANILHA DE CUSTOS	20
5.3 FOLHA DO PRODUTO.....	21
5.4 PREÇO DE VENDA	22
5.5 QUADRO DO PREÇO DE VENDA	22
5.6 TABELA DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	23
5.7 BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA	24
5.8 PROJEÇÃO DE DRE	25
5.9 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA.....	26
5.10 FLUXO DE CAIXA ANUAL.....	28
5.11 PERÍODO DO PAYBACK	29
5.12 VALOR PRESENTE LÍQUIDO	29
5.13 PROJEÇÃO DO BALANÇO PATRIMONIAL X1	30
5.14 ÍNDICES DE RENTABILIDADE.....	30
5.15 PONTO DE EQUILÍBRIO FINANCEIRO	31
6.0 BIBLIOGRAFIA.....	31

1 O EMPREENDIMENTO :

Implantação de um restaurante popular do tipo sociedade limitada voltada para a operacionalidade alimentícia, como forma de suprir demanda necessitada de um produto alimentício de excelente qualidade e preço baixo, menores que os da concorrência visando auferir lucro operacional de clientela de baixo e médio poder aquisitivo da área comercial de Belém (João Alfredo n 33), sendo que os empreendedores para a viabilidade do projeto operacional empresarial contaram com colaboradores nutricionistas, coletores de opinião, consultores de empreendedorismo, realizando um estudo prévio do mercado visando o futuro sucesso do empreendimento, constatando-se que o empreendimento será viável, suprimindo as necessidades da demanda comercial local, garantindo mercado consumidor devido métodos operacionais dos gestores, gerando lucro e plena satisfação da clientela .

1.1 DENOMINAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Razão social : NUNES E LEÃO LTDA

Nome de fantasia : Restaurante Bom Paladar LTDA

CNPJ : 05.555.321/0001-32

Inscrição Estadual : 151004242

Endereço : Rua João Alfredo n| 33 Bairro do comércio

Fone : 2427383

Fax : 243 34 31

E Mail : Bpaladar@Restaurante.com.br

1.2 DADOS DOS DIRIGENTES

A composição acionária da empresa está subdividida como segue :

SÓCIOS	PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA	%
NEUZA NUNES	R\$ 20. 000,00	50
MARCELO LEÃO	R\$ 20000,00	50

A entidade jurídica organizacional será do tipo sociedade LIMITADA, sendo constituída por dois sócios: NEUZA NUNES E MARCELO LEÃO, sendo a responsabilidade de cada sócio restrita ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social que será constituída na proporção de 50% para cada sócio .

A administradora Neuza Nunes (diretora comercial) será responsável pelas negociações com os credores em geral, organização de métodos de compras viáveis economicamente para que a empresa obtenha cada vez mais o aumento de sua rentabilidade operacional positiva .

O contador Marcelo Leão (diretor contábil) terá a função contábil, controles e transferências dos estoques, contas a pagar, contas a receber, análises das demonstrações financeiras.

1.3 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

A implantação do restaurante BOM PALADAR LTDA , voltada para a operacionalidade alimentícia , cujo o fim principal será o fornecimento de refeições de excelente qualidade a preço baixo , visando a atender a clientela de baixo e médio poder aquisitivo da área comercial de Belém .

1.4 FONTES DE RECEITA

A operacionalidade alimentícia do restaurante BOM PALADAR LTDA terá como fonte de receita o fornecimento de refeições de excelente qualidade e preço de concorrência baixo , visando a consolidação do mercado consumidor da área comercial de Belém .

1.5 NECESSIDADE DE MERCADO A SER ATENDIDA

O empreendimento restaurante BOM PALADAR LTDA visa a atender a demanda da clientela de baixo e médio poder aquisitivo após a constatação através de especialistas , consultores de empreendedorismo , coletores de opinião , nutricionistas , pesquisadores de campo constatarem a necessidade da oferta de alimentação de excelente qualidade e preço justo para suprir as necessidades dos clientes de baixo e médio poder aquisitivo , gerando mercado consumidor garantido e satisfação da clientela .

1.6 CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO

A implantação do restaurante BOM PALADAR LTDA visa a médio e a longo prazo a consolidação do ramo alimentício de elevado grau de qualidade e preço concorrencial baixo na área comercial de Belém , visando também futuramente a expansão para outros municípios , provando a viabilidade e rentabilidade operacional positiva do empreendimento popular , visando a necessidade da demanda do mercado local , viabilizando interesses de classe baixa e lucratividade operacional empresarial .

1.7 VISÃO (OBJETIVO)

Consolidar-se no fornecimento de refeições , como uma empresa de elevadíssimo grau de qualidade e atendimento ao cliente , preço justo para o mercado consumidor expandindo seu mercado na área comercial de Belém e posteriormente outros municípios do estado , provando que é viável fazer um empreendimento para suprir demanda de baixo e médio poder aquisitivo e obter retorno financeiro de curto prazo e lucratividade operacional positiva .

1.8 META

Aumentar o faturamento da empresa em no mínimo 30 % no exercício social , para que a mesma venha a alavancar a sua lucratividade operacional positiva , tornando-se líder no mercado do segmento alimentício , visando também ampliar seu mercado através do fornecimento de refeições para alimentar pedreiros da construção civil de grandes empresas , de modo a aumentar a lucratividade do restaurante .

1.9 MISSÃO

A missão do restaurante BOM PALADAR LTDA , será fornecer alimentação saudável de acordo com as normas de saúde , produtos de excelente qualidade e preço concorrencial baixo , menor que o da concorrência , sendo o produto supervisionado por especialista nutricionista , para que a absorção do produto pela clientela se estabeleça de maneira altamente satisfatória , sendo parte integrante da missão o elevado grau de preocupação com o mercado consumidor de maneira ágil de atendimento ao cliente ,atendimento personalizado , com elevado grau de eficiência e eficácia objetivando conquista da clientela do comércio de Belém ,dispondo-se no empreendimento de espaço físico amplo e confortável , layout ,proporcionando conforto e qualidade dos clientes .

1.10 ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO

A visão estratégica do marketing empresarial do restaurante BOM PALADAR LTDA será implementada através de distribuição de panfletos , promoções , anúncios na rádio local,do comércio de Belém , política agressiva de marketing atraindo a clientela , possibilitando o aumento da receita operacional , conquistando o mercado consumidor local , produzindo-se refeições de excelente qualidade e preço justo , adotando-se em sua política de marketing a valorização da imagem do produto a ser vendido .

1.11 RECURSOS NECESSÁRIOS

Para a iniciação da operacionalidade do restaurante BOM PALADAR LTDA serão necessários investimentos em recursos físicos e recursos humanos .

1.12 RECURSOS FÍSICOS

	QUANTIDADE	PREÇO	TOTAL
PONTO COMERCIAL		15000.00	15000.00
CADEIRAS ESTOFADAS		1000.00	1000.00
MESAS		800.00	800.00
FREEZER 2P		1800.00	1800.00
CD		400.00	400.00
DVD		450.00	450.00
FOGÃO INDUSTRIAL		600.00	600.00

1.13 RECURSOS HUMANOS

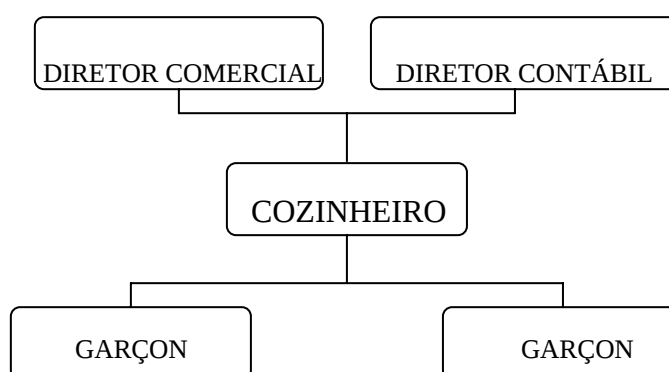
A estrutura funcional da entidade organizacional jurídica restaurante BOM PALADAR LTDA terá como dirigentes os dois sócios – proprietários (NEUZA NUNES E MARCELO LEÃO) que receberão pró – labore de igual valor , sendo que os sócios serão responsáveis por todas as tomadas do processo decisório centralizado organizacional , sendo também a empresa composta de 3 colaboradores :1 cozinheiro , 2 garçons , possuindo uma estrutura organizacional simples .

1.14 TABELA DE RECURSOS HUMANOS

NOME	FUNÇÃO	SALÁRIO
NEUZA NUNES	DIRETORIA	R\$ 1000.00 PRÓ - LABORE
MARCELO LEÃO	DIRETORIA	R\$ 1000.00 PRÓ - LABORE
ROBERTO SANTOS	GARÇON	R\$ 260.00
FABIA COSTA	GARÇON	R\$ 260.00
JACIRA TAPINARÉ	COZINHEIRA	R\$ 350.00

1.15 ORGANOGRAMA FUNCIONAL

Estrutura funcional simples centralizada



1.16 BENEFÍCIO ESPERADO .

Consolidação do ramo alimentício como uma das melhores empresas de Belém
Aumento da lucratividade operacional positiva de no mínimo 30 % até o término do exercício social .

Retorno financeiro de curto prazo .

1.17 A ANÁLISE DE S.W.O.T DO RESTAURANTE BOM PALADAR LTDA

A análise estratégica de S W O T irá possibilitar ao empreendedor do restaurante BOM PALADAR LTDA visualizar a empresa em relação as oportunidades e ameaças existentes no mercado , assim como identificar suas forças e fraquezas .

1.18 AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Demanda necessitada da oferta de alimentação de excelente qualidade ,supervisionada por nutricionista , a preço baixo ,menor que o da concorrência .	A concorrência dos restaurantes localizados na área comercial de Belém, Barracas do comércio e do ver – o -peso
Satisfação da clientela com relação ao produto e ambiente físico e confortável , proporcionando a divulgação do elevado grau de qualidade do produto , gerando aumento considerável das vendas	A dificuldade na mudança de habito do mercado consumidor de baixo poder aquisitivo .
Agilidade e conforto	O padrão de conforto da concorrência

1.19 AMBIENTE INTERNO

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
O conhecimento amplo do ambiente competitivo , devido o gestor da empresa já ter trabalhado na operacionalidade alimentícia , facilitando o bom desempenho de sua gestão . Estudo prévio do mercado para a implantação do empreendimento de maneira bem sucedida , alavancando a operacionalidade positiva do empreendimento .	Dificuldade inicial da empresa obter financiamento de longo prazo , devido a empresa não ser conhecida .

1.20 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

(++) Escassez de comida de excelente qualidade a preço baixo , no mercado comercial de Belém estimulará a demanda para a obtenção do produto do restaurante popular , gerando cada vez mais a lucratividade operacional positiva .

(--) Dificuldade de obtenção de financiamento pelos

(-+) Gerar a fusão entre conforto , qualidade , e preço justo , objetivando a atender o público alvo .

2 O PRODUTO

O restaurante BOM PALADAR LTDA irá fornecer a seus clientes refeições de excelente qualidade , visando a satisfação plena de sua clientela , estando o produto de acordo com as normas de vigilância sanitária vigentes no país , supervisionado por nutricionista , não pondo em risco a saúde de seus clientes .

2.1 QUADRO RESUMO DOS PRODUTOS

PRODUTOS	PREÇOS
BIFE A CAVALO	R\$ 6.00
BIFE A MILANESA	R\$ 6.00
FRANGO FRITO	R\$ 6.00
FRANGO COZIDO	R\$ 6.00
FILE DE PEIXE	R\$ 6.00
SUCOS	R\$ 1.00

PRODUTOS	REFEIÇÕES
RECURSOS UTILIZADOS	O produto é elaborado na cozinha industrial do restaurante, utiliza mão de obra especializada de cozinheiros , possui garçons treinados para o elevado grau de atendimento ao cliente .
FORNECEDORES	Grandes atacadistas ,grandes produtores da Ceasa , como forma de diminuição dos custos de produção .
MODELO OU VARIANTE	A mão de obra especializada de cozinheiros e nutricionistas gera diferencial do produto no mercado

2.3 SISTEMA DE QUALIDADE DO PRODUTO

As refeições produzidas pelo restaurante BOM PALADAR LTDA , terão excelente grau de qualidade , serão supervisionadas por nutricionista especializado , sendo que esses produtos oferecidos pelo restaurante estão de acordo com as normas e padrões de vigilância sanitária de Belém .

2.4 ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

O serviço de entrega será terceirizado , visando a diminuição de gastos operacionais .
PARCERIAS

Fornecedores da Ceasa e grandes atacadistas .

3 O MERCADO

O restaurante BOM PALADAR LTDA , visa consolidar-se no ramo de fornecimento de refeições , visando a demanda de baixo e médio poder aquisitivo da área comercial de Belém , buscando a lucratividade operacional positiva utilizando-se de estratégias de marketing , promoções , refeições de excelente qualidade , como forma de conquista de seus clientes .

Clientes de baixo e médio poder aquisitivo da área comercial de Belém

- Camelôs
- Transeuntes em geral das ruas do comércio
- Futuramente operários da construção civil

O grau de excelência do produto a preço justo , do restaurante BOM PALADAR funciona como atrativo do consumidor de baixo e médio poder aquisitivo .

3.2 A CONCORRÊNCIA

O restaurante BOM PALADAR LTDA , priorizou para que houvesse o sucesso do empreendimento alimentício , a análise criteriosa dos principais concorrentes da área comercial de BELÉM , sendo esta análise feitas através de pesquisas de campo , constatando-se a necessidade da oferta de alimentação de excelente qualidade e preço concorrencial justo para atender a clientela de baixo poder aquisitivo , observando-se que os principais concorrentes do restaurante BOM PALADAR LTDA serão :

os restaurantes de boa qualidade porém preços elevados ,sendo esses preços não adequados a clientela de baixa renda .

Barracas do VER O PESO que produzem alimentos de qualidade duvidosa , muitas vezes em desacordo com as normas de vigilância sanitária .

Barracas de alimentos da própria área comercial .

Restaurantes de comida por quilo

3.3 QUANTIDADE DE CONCORRENTES

Os concorrentes diretos do restaurante BOM PALADAR LTDA são aproximadamente 20 restaurantes populares localizados na área comercial de Belém , barracas do ver – o – peso que comercializam alimentos e barracas situadas na área do comércio que também vendem alimentos . , sendo que a vantagem da operacionalidade do restaurante BOM PALADAR será

o preço justo para que o cliente adquira refeição de qualidade de acordo com a ordem de vigilância sanitária da cidade.

A grande parcela da concorrência do restaurante BOM PALADAR estão em desvantagens com relação a conquista dos clientes, pois a qualidade dos alimentos produzidos pela concorrência não está de acordo com as normas de saúde, pois produtos produzidos nas barracas do comércio e do ver-o-peso possuem maior risco de contaminação por bactérias oportunistas, oferecendo risco à saúde da clientela. Já as dificuldades dos outros concorrentes do restaurante BOM PALADAR, que são os restaurantes equipados, com grau de excelência, conforto e qualidade, relacionam-se à questão de adequar o preço justo à oferta de comida de excelente qualidade, isto é, produzem refeições de excelente qualidade, de acordo com as normas sanitárias, porém o preço não está adequado à clientela de baixo poder aquisitivo, ocasionando perda de parte de sua clientela.

3.4 TABELA ANALÍTICA DOS PRINCIPAIS CONCORRENTES

ATRIBUTOS	DIFERENCIAIS DO RESTAURANTE BOM PALADAR	BARRACAS DO VER O PESO	BARRACAS DAS RUAS DO COMÉRCIO	RESTAURANTES DE COMIDA POR QUILO	RESTAURANTES DO COMÉRCIO DE BOA QUALIDADE
Produtos	Elevado grau de qualidade e preço baixo	Qualidade duvidosa e preço baixo	Qualidade duvidosa e preço baixo	Excelente qualidade e preço elevado	Excelente qualidade e preço elevado
Preços	Justo e baixo, menor que a concorrência	Preço baixo	Preço baixo	Preço elevado	Preço elevado
Qualidade	Excelente	Baixa	Baixa	Elevada	Elevada
Estratégia de marketing	Panfletagens, rádio local do comércio, marketing televisivo	não	não	panfletagens	Panfletagens Rádio local do comércio
Localização	Estratégica excelente	boa	boa	boa	boa
Capacidade da produção	boa	deficiente	deficiente	boa	boa
Atendimento demanda	Personalizado e eficiente, excelente qualidade	deficiente	deficiente	Boa qualidade	Excelente qualidade
Vantagem competitiva	Marketing empresarial, preço menor que o da concorrência			Agilidade no atendimento Diversificação de produtos	Maiores opções de produtos
Pontos fortes	Aumento considerável de sua clientela, devido investimento em marketing, e preço justo, gerando o aumento das receitas operacionais, conforto e qualidade de atendimento	Preço baixo	Preço baixo	Maiores opções de produtos a serem oferecidos, conforto e qualidade de atendimento.	Maiores opções de produtos a serem oferecidos, conforto e qualidade de atendimento
Pontos fracos	Maiores gastos operacionais devido medidas de marketing, diversificação do produto	Falta de higiene do local, diversificação do produto	Falta de higiene do local, diversificação do produto	Preço elevado das refeições	Preço elevado das refeições

O restaurante BOM PALADAR LTDA para que houvesse o sucesso de seu empreendimento , priorizou um criterioso estudo prévio de seus concorrentes no mercado local para posteriormente adotar medidas de caráter administrativo visando consolidação da conquista de sua clientela alvo.

Com base na análise da concorrência de mercado os gestores do restaurante adotaram estratégias de marketing ,priorizando de maneira positiva e eficiente a qualidade de seus produtos e atendimento ao cliente , sendo fatores diferenciais positivos do restaurante BOM PALADAR LTDA em relação a concorrência do mercado :

- Preço justo e baixo , menores que o da concorrência .
- Excelente qualidade da refeição ,supervisionada por especialista nutricionista .
- Promoções visando conquistar público alvo .

3.6 META

Consolidar-se no mercado alimentício de Belém

Obter lucro operacional positivo de no mínimo 30 % no exercício social

4 O MARKETING

O restaurante BOM PALADAR LTDA disponibilizou recursos financeiros para que houvesse uma estratégia de marketing com elevadíssimo grau de eficiência ,visando a conquista do mercado consumidor da área comercial de Belém , tornando-se necessário o delineamento das qualidades do produto , proporcionando o posicionamento correto deste no mercado e conseqüentemente possibilitando que os clientes identifiquem de forma cada vez mais clara e eficiente , as vantagens e os benefícios das refeições de excelente qualidade produzidas pelo restaurante a preço justo . A estratégia para a promoção dos produtos do restaurante utilizou-se de panfletagens , rádio local promoções , preço justo e eficiência ao atendimento ao cliente .

4.1 POLÍTICA DE PREÇOS

O restaurante BOM PALADAR LTDA preocupou-se em adotar estratégias de vendas que contemplem técnicas de convencimento e envolvimento que façam com que os clientes percebam que a empresa e o produto por ela oferecido são melhores que os da concorrência , por

isso o restaurante BOM PALADAR LTDA adotou a política do preço justo (menor que o da concorrência) e grau de excelente qualidade de suas refeições ,como forma de consolidação do mercado consumidor ,conseqüentemente aumento das vendas e lucratividade operacional positiva .

4.2 PREÇO PRATICADO PELO MERCADO

Produtos	Barracas do Ver o Peso	BARRACAS DO COMÉRCIO	RESTAURANTES BEM EQUIPADOS	PREÇO FIXADO
Bife a cavalo	R\$ 4.00	R\$ 5.00	R\$ 7.50	R\$ 6.00
Bife a milanesa	R\$ 4.00	R\$ 5.00	R\$7.50	R\$ 6.00
Frango frito	R\$ 3.80	R\$ 5.70	R\$ 7.00	R\$6.00
Frango cozido	R\$ 3.80	R\$ 5.70	R\$7.00	R\$6.00
Filé de peixe	R\$ 4.80	R\$5.80	R\$ 6.00	R\$ 6.00
sucos	R\$ 1.00	R\$ 0.90	R\$ 2.50	R\$ 1.00

4.3 CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

Os produtos oferecidos pelo restaurante Bom Paladar serão comercializados no próprio local físico do empreendimento alimentício, localizado em posição estratégica , de fácil acesso da rua João Alfredo n 33 , dispondo-se de uma área confortável ,de agradável qualidade , comodidade objetivando a plena satisfação de sua clientela ,sendo que o restaurante priorizou de maneira eficiente o treinamento de seus funcionários para que a interação entre serviço e cliente se estabeleça de maneira satisfatória .

O restaurante também fará entrega a domicílio dependendo da quantidade de produto vendido , sendo essa entrega feita através de empresa terceirizada como forma de diminuição de custos operacionais .

4.4 ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO E VENDAS

O restaurante BOM PALADAR LTDA adotou diversas formas para consolidar seu mercado consumidor utilizando-se de distribuição de panfletos coloridos , a divulgação do produto de forma positiva pela rádio local do comércio de Belém , promoções relâmpagos e posteriormente a divulgação televisiva evidenciando a qualidade do produto .

4.5 RELACIONAMENTO COM CLIENTES

O restaurante BOM PALADAR LTDA priorizou a capacitação profissional de seus funcionários , treinando-os de maneira eficiente para que a abordagem de seus funcionários com os clientes ocorresse de maneira satisfatória ,de boa qualidade , como forma de consolidação de seu mercado , sendo que a interação serviço e cliente se estabelece de forma direta .

4.6 PROJEÇÃO DE VENDAS

O restaurante Bom Paladar objetiva vender em média 48 refeições por dia , um lucro operacional até o termino do exercício social , sendo que o lucro deve superar o investimento inicial do empreendimento em no mínimo 30% .

VENDAS DE REFEIÇÕES	ANO 1	ANO 2	ANO 3
VALORES	R\$ 60.000.00	R\$ 120.000.00	R\$ 180.000.00

5 PLANO FINANCEIRO

O investimento inicial para a produção de 10.000 unidades do produto , tendo a empresa como meta a venda dessa produção no período de um ano , objetivando um lucro operacional até no terceiro exercício social de no mínimo 30 % do investimento inicial do empreendimento .

5.1 GASTOS DE IMPLANTAÇÃO

ITENS	VALORES
PONTO COMERCIAL	R\$ 15 000,00
CADEIRAS ESTOFADAS	R\$ 1 000,00
MESAS	R\$ 800,00
FREEZER 2P	R\$ 1800,00
CD	R\$ 400,00
DVD	R\$ 450,00
MICROONDAS	R\$ 400,00
FOGÃO INDUSTRIAL	R\$ 600,00

DESPESAS PRÉ - OPERACIONAIS

LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA	R\$ 1000,00
ESTUDO DO PROJETO	R\$ 2000,00
SERVIÇOS PRESTADOS NUTRICIONISTA	R\$ 1500,00

DESPESAS OPERACIONAIS

SALÁRIOS	R\$ 10 440,00
----------	---------------

5.2 PLANILHA DE CUSTOS

QUADRO ESTRUTURAL DO CUSTO DO PRODUTO

MATERIAL NECESSÁRIO PARA A PRODUÇÃO INICIAL DE 10 000 UNIDADES DO PRODUTO OFERECIDO PELO RESTAURANTE BOM PALADAR LTDA

CUSTOS FIXOS	R\$ 1640,00
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 240,00
ÁGUA	R\$ 200,00
TELEFONE	R\$ 200,00
MARKETING	R\$ 1000,00

Custos diretos variáveis	R\$ 1830,00
transporte	R\$ 200,00
frete	R\$ 100,00
Fita da maquina registradora	R\$ 30,00
carne	R\$ 270,00
frango	R\$ 420,00
peixe	R\$ 270,00
macarrão	R\$ 180,00
arroz	R\$ 180,00
feijão	R\$ 180,00

CUSTO VARIÁVEL TOTAL	R\$ 1830,00
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 1640,00
CUSTO TOTAL	R\$ 3470,00

5.3 FOLHA DO PRODUTO

21

ITENS NECESSÁRIOS PARA A PRODUÇÃO INICIAL DAS REFEIÇÕES

CUSTOS FIXOS	VALOR POR UNIDADE
ENERGIA ELÉTRICA	0,024
ÁGUA	0,02
TELEFONE	0,02
MARKETING	0,1
TOTAL FIXO POR UNIDADE	0,164

CUSTOS VARIÁVEIS	VALOR POR UNIDADE
TRANSPORTE	0,02
FRETE	0,01
FITA	0,003
CARNE	0,027
FRANGO	0,042
PEIXE	0,027
MACARRÃO	0,018
ARROZ	0,018
FEIJÃO	0,018
TOTAL VARIÁVEL POR UNIDADE	0,183

5.4 PREÇO DE VENDA

FÓRMULA

PREÇO DE CUSTO TOTAL POR UNIDADE / 1-(IMPOSTOS + MARGEM DE LUCRO)

REFEIÇÃO DE PEIXE

$$0,054+(0,011+0,018+0,027 / 1-(5+17+76,17\%))$$

$$0,11 / 0,0183 = 6,00$$

REFEIÇÃO DE FRANGO

$$0,055+(0,042+0,011+0,018): 1-(5+17+75,90\%)$$

$$0,126:0,021 = 6,00$$

REFEIÇÃO DE CARNE

$$0,055+0,018+0,011+0,027 : 1- (5+17+76,15)$$

$$0,111 : 0,0185 = 6,00$$

5.5 QUADRO DO PREÇO DE VENDA

CARNE		FRANGO		PEIXE	
PRODUTO	CUSTO TOTAL POR UNIDADE	PRODUTO	CUSTO TOTAL POR UNIDADE	PRODUTO	CUSTO TOTAL POR UNIDADE
REFEIÇÃO DE CARNE	0,111	REFEIÇÃO DE FRANGO	0,126	REFEIÇÃO DE PEIXE	0,11

PREÇO DE VENDA

PRODUTO	PREÇO DE VENDA
REFEIÇÃO DE CARNE	R\$ 6,00
REFEIÇÃO DE FRANGO	R\$6,00
REFEIÇÃO DE PEIXE	R\$ 6,00

CARNE		FRANGO		PEIXE	
IMPOSTO + MARGEM DE LUCRO	PERCENTUAL	IMPOSTO+ MARGEM DE LUCRO	PERCENTUAL	IMPOSTO + MARGEM DE LUCRO	PERCENTUAL
ISS	5%	ISS	5%	ISS	5%
ICMS	17%	ICMS	17%	ICMS	17%
MARGEM DE LUCRO	76,15%	MARGEM DE LUCRO	75,9%	MARGEM DE LUCRO	76,17%
TOTAL	98,15%	TOTAL	97,9%	TOTAL	98,17%

5.6 TABELA DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

TABELA DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

REFEIÇÃO DE CARNE	VALOR POR UNIDADE	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	6,00	100 %
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	0,056	0,93 %
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	5,944	99,07 %
- DESPESAS GERAIS	0,055	0,92 %
LUCRO	5,889	98,15 %

TABELA DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

REFEIÇÃO DE FRANGO	VALOR POR UNIDADE	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	6,00	100 %
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	0,071	1,183 %
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	5,929	98,817 %
- DESPESAS GERAIS	0,055	0,917 %
LUCRO	5,874	97,9 %

TABELA DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

REFEIÇÃO DE PEIXE	VALOR POR UNIDADE	PERCENTUAL
PREÇO DE VENDA	6,00	100 %
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	0,056	0,93 %
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	5,944	99,07 %
- DESPESAS GERAIS	0,054	0,90 %
LUCRO	5,89	98,17 %

5.7 BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA

ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	16.850,00	CIRCULANTE	1.800,00
CAIXA	14 850,00	FORNECEDORES	1800,00
BANCO CONTA MOVIMENTO	2 000,00		
REALIZÁVEL A L. PRAZO		EXIGÍVEL A LONGO PRAZO	
PERMANENTE	24 950,00		
INVESTIMENTO		PATRIMÔNIO	
IMOBILIZADO	20 450,00	LÍQUIDO	40 000,00
IMÓVEIS	15 000,00	CAPITAL SOCIAL	40 000,00
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	4 850,00		
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	600,00		
DIFERIDO			
GASTOS PRÉ OPERACIONAIS	4 500,00		
TOTAL	41 800,00	TOTAL	41 800,00

5.8 PROJEÇÃO DE DRE

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	60 000,00
RECEITA DE VENDAS	60 000,00
DEDUÇÕES E ABATIMENTOS	(6 600,00)
ICMS	5 100,00
ISS	1500,00
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	53 400,00
(-) CPV	(21 960,00)
LUCRO BRUTO OPERACIONAL	31 440,00
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	(30 120,00)
SALÁRIOS	10 440,00
ENERGIA ELÉTRICA	2 880,00
ÁGUA	2 400,00
TELEFONE	2 400,00
MARKETING	12 000,00
LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR E CSLL	1320 ,00
PROVISÃO DO IR	198,00
PROVISÃO DO CSLL	118,8
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	1 003,2

5.9 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

	JAN	FEV.	MARÇ	ABRIL	MAIO	JUN.
RECEBIMENTO	5000,00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00
VENDA DE REFEIÇÕES						
REF. CARNE	1666,66	1666,66	1666,66	1666,66	1666,66	1666,66
REF. FRANGO	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67
REF. DE PEIXE	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67
PAGAMENTOS						
CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS						
TRANSPORTE	200,00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
FRETE	100,00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
FITA DA MAQ.	30,00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
CARNE	270,00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00
FRANGO	420,00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
PEIXE	270,00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00
MACARRÃO	180,00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
ARROZ	180,00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
FEIJÃO	180,00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
IMPOSTOS	550,00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00
SALÁRIOS	870,00	870.00	870.00	870.00	870.00	870.00
CUSTOS FIXOS						
ENERGIA ELÉTRICA	240,00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
ÁGUA	200,00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
TELEFONE	200,00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
MARKETING	1000,00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00
CUSTO TOTAL	4 890,00	4890.00	4890.00	4890.00	4890.00	4890.00
SALDO DE CAIXA	110,00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00

	JUL.	AGOS.	SET	OUT	NOV	DEZ
RECEBIMENTO	5000,00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00
VENDA DE REFEIÇÕES						
REF. CARNE	1666,66	1666,66	1666,66	1666,66	1666,66	1666,66
REF. FRANGO	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67
REF. DE PEIXE	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67	1666,67
PAGAMENTOS						
CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS						
TRANSPORTE	200,00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
FRETE	100,00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
FITA DA MAQ.	30,00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
CARNE	270,00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00
FRANGO	420,00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
PEIXE	270,00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00
MACARRÃO	180,00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
ARROZ	180,00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
FEIJÃO	180,00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
IMPOSTOS	550,00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00
SALÁRIOS	870,00	870.00	870.00	870.00	870.00	870.00
CUSTOS FIXOS						
ENERGIA ELÉTRICA	240,00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
ÁGUA	200,00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
TELEFONE	200,00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
MARKETING	1000,00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00
CUSTO TOTAL	4 890,00	4890.00	4890.00	4890.00	4890.00	4890.00
SALDO DE CAIXA	110,00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00

5.10 FLUXO DE CAIXA ANUAL

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
RECEBIMENTOS	60 000,00	120 000,00	180 000,00
VENDA DE REFEIÇÕES			
CARNE	19 999,92	40 000,00	60 000,00
FRANGO	20 000,04	40 000,00	60 000,00
PEIXE	20 000,04	40 000,00	60 000,00
PAGAMENTOS			
CUSTO E DESP. VARIÁVEIS			
TRANSPORTE	2400,00	2400,00	2400,00
FRETE	1200,00	1200,00	1200,00
FITA	360,00	360,00	360,00
CARNE	3240,00	6480,00	9720,00
FRANGO	5040,00	10080,00	15120,00
PEIXE	3240,00	6480,00	9720,00
MACARRÃO	2160,00	4320,00	6480,00
ARROZ	2160,00	4320,00	6480,00
FEIJÃO	2160,00	4320,00	6480,00
SALÁRIOS	10440,00	10440,00	10440,00
PARCEL. IMPOSTO	6600,00	33000,00	39600,00
CUSTOS FIXOS			
ENERGIA ELÉTRICA	2880,00	2880,00	2880,00
ÁGUA	2400,00	2400,00	2400,00
TELEFONE	2400,00	2400,00	2400,00
MARKETING	12000,00	12000,00	12000,00
CUSTO TOTAL	58680,00	103 080,00	127 680,00
SALDO DE CAIXA	1 320,00	16 920,00	52 320,00

5.11 PERÍODO DO PAYBACK

ANO	INVESTIMENTO	LUCRO	SALDO A RECUPERAR
0	- 40 000,00	40 000,00	
1		1 320,00	- 38 680,00
2		16 920,00	- 21 760,00
3		52 320,00	+30560,00

4360,00 X 5 MESES 21 800,00

O período PAYBACK corresponde ao período de recuperação do investimento , estando relacionado a fluxos de caixa sucessivos , visualizará o momento em que os investimentos realizados e despesas se igualam as entradas de caixa (fluxos positivos). o período PAYBACK do restaurante bom paladar será a partir do 5 ° mês do terceiro ano de operacionalidade empresarial .

5.12 VALOR PRESENTE LÍQUIDO

ANOS	INVEST	ENT .DE CAIXA	SAÍDA DE CAIXA	FLUXO DE CAIXA	TAXA DE RETORNO ANO	PAYBACK ANO
0	40 000,00			-40 000,00		
1		60 000,00	58 680,00	1 320,00	3 %	30,3
2		120 000,00	103 080,00	16 920,00	42 %	2,36
3		180 000,00	127 680,00	52 320,00	131 %	0,76

VLP = 2 606 , 48

TIR = 23 %

TAXA DE RETORNO = FLUXO DE CAIXA / INVESTIMENTO

PAYBACK = INVESTIMENTO / FLUXO DE CAIXA ANUAL

$$VPL = F N / (1-I)^n - INVEST.$$

5.13 PROJEÇÃO DO BALANÇO PATRIMONIAL X1

ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	18020,00	CIRCULANTE	1966,8
DISPONÍVEL		FORNECEDORES	1650,00
CAIXA	16.020,00	PROVISÃO DO IR	198,00
BANCO C. MOVIMENTO	2 000,00		
REAL. L. PRAZO		PROVISÃO DO CSLL	118,8
PERMANENTE	24 950,00		
INVESTIMENTO		EXIGÍVEL A LONGO PRAZO	
IMOBILIZADO	20 450,00		
IMÓVEIS			
INSTALAÇÕES	15 000,00		
MÓVEIS E UTENSÍLIOS			
MESA	800,00		
CADEIRA	1000,00	PATRIMÔNIO	
FREEZER	1800,00	LÍQUIDO	41.003,2
CD	400,00		
DVD	450,00	CAPITAL SOCIAL	40 000,00
MICROONDAS	400,00		
MÁQUINAS E EQUIP.		LUCROS OU PREJ.	
FOGÃO INDUSTRIAL	600,00	ACUMULADOS	1003,2
DIFERIDO			
GASTOS PRÉ OPERACIONAIS	4500,00	LUCROS ACUMULADOS	
TOTAL	42.970,00	TOTAL	42.970,00

5.14 ÍNDICES DE RENTABILIDADE

$$ROI = LUCRO LÍQUIDO / ATIVO TOTAL$$

$$ROI = R\$ 1003,2 : R\$ 42970,00$$

$$ROI = 0,0233$$

$$ROE = LUCRO LÍQUIDO / PATRIMÔNIO LÍQUIDO$$

$$ROE = R\$ 1003,2 / R\$ 41003,2 = 0,0244$$

$$\text{MARGEM BRUTA} = \text{VENDAS L} - \text{CUSTOS P V} / \text{VENDAS L}$$

$$31\,440,00 / 53\,400,00 = 0,588 = 58,87 \%$$

$$\text{MARGEM LÍQUIDA} = \text{LUCRO LÍQUIDO} / \text{VENDAS}$$

$$1320,00 / 53\,400,00 = 0,0247 = 2,47 \%$$

5.15 PONTO DE EQUILIBRIO FINANCEIRO

$$\text{PE} = \frac{\text{CUSTOS} + \text{DESPESAS FIXAS} + \text{CUSTOS} + \text{DESPESAS VARIÁVEIS}}{\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO}}$$

PONTO DE EQUIL . CARNE	0,02	R\$ 0,11
PONTO DE EQUIL. FRANGO	0,02	R\$ 0,13
PONTO DE EQUIL. DO PEIXE	0,02	R4 0,11

6.0 BIBLIOGRAFIA

- BAPTISTA, Naidison. **Fazer da Universidade uma Proposta Metodológica**. São Paulo: Cortez, 1989. 200p
- Neves, Silvério das. **Contabilidade Avançada**. São Paulo: Frase, 2003. 687p
- Neves, Silvério das. **Contabilidade Básica**. São Paulo: Frase, 2003. 457p
- Leone, George S. Guerra. **Custos, Planejamento, Implantação e Controle**. São Paulo : Atlas, 2000. 518 p
- Martins, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. São Paulo. 1996 . 381 P
- Braga, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo : Atlas, 1995. 408 P.