



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DISCIPLINA : ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA
EMPRESARIAL**

GIANPAOLLO MARCELLO LEÃO SANTOS 0001004901

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

**BELÉM
2006**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DISCIPLINA : ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA
EMPRESARIAL**

GIANPAOLLO MARCELLO LEÃO SANTOS 0001004901

**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
2006**

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, suprimindo a necessidade da demanda comercial local, garantindo mercado consumidor devido método operacional dos gestores, gerando lucro e satisfação da clientela.

MÁRIO

CAPITULO I.....	6
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.....	8
1.5 NECESSIDADE DE MERCADO A SER ATENDIDA.....	8
1.6 CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO.....	9
1.7 VISÃO (OBJETIVO).....	9
1.8 META.....	9
1.9 MISSÃO.....	10
1.10 ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO.....	10
1.11 RECURSOS NECESSÁRIOS.....	11
1.12 RECURSOS FÍSICOS.....	11
1.13 RECURSOS HUMANOS.....	11
1.16 BENEFÍCIO ESPERADO.....	11
1.17 A ANÁLISE DE S.W.O.T.....	12
1.18 AMBIENTE EXTERNO.....	12
1.19 AMBIENTE INTERNO.....	12
1.20 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO.....	13
CAPÍTULO II.....	14
2.1 O PRODUTO.....	14
2.1 QUADRO RESUMO DOS PRODUTOS.....	14
2.2 DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	14
2.3 SISTEMA DE QUALIDADE DO PRODUTO.....	15
2.4 ALIANÇAS ESTRATÉGICAS.....	15
CAPÍTULO III.....	16
3.1 O MERCADO.....	16
3.2 IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO ALVO.....	16
3.3 A CONCORRÊNCIA.....	16
3.4 QUANTIDADE DE CONCORRENTES.....	17
3.5 TABELA ANALÍTICA DOS PRINCIPAIS CONCORRENTES.....	18
3.6 DIFERENCIAL COMPETITIVO.....	19
3.7 META.....	19
CAPÍTULO IV.....	20
4.1 O MARKETING.....	20
4.2 POLÍTICA DE PREÇOS.....	20
4.3 PREÇO PRATICADO PELO MERCADO.....	21

4.4	CANAL DE DISTRIBUIÇÃO	21
4.5	ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO E VENDAS.....	21
4.6	RELACIONAMENTO COM CLIENTES.....	22
4.7	PROJEÇÃO DE VENDAS	22
CAPÍTULO V		23
5.1	PLANO FINANCEIRO	23
5.2	GASTOS DE IMPLANTAÇÃO.....	23
5.3	TERMINOLOGIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS	25
5.3.1	Matérias Primas.....	25
5.3.2	Mão de Obra.....	25
5.3.3	Gastos Gerais de Fabricação.....	26
5.3.4	Custos Fixos	26
5.3.5	Custos Variáveis	26
5.3.6	Custos semi fixos ou semi variáveis	26
5.3.7	Custeio	26
5.3.8	Custeio Variável	27
5.4	PLANILHAS DE CUSTOS	27
5.4.1	Quadro Estrutural de Custos.....	28
5.4.2	Folha do Produto.....	29
5.4.3	Preço de Venda.....	30
5.4.4	Quadro do Preço de Venda	31
5.4.5	Tabela da Margem de Contribuição	32
5.4.6	Balanço Patrimonial de Abertura	32
5.4.7	Projeção de DRE	33
5.4.8	Ponto de Equilíbrio Financeiro.....	34
5.4.9	Projeção do Fluxo de Caixa.....	37
5.4.10	Fluxo de Caixa Mensal	38
5.4.11	Fluxo de Caixa Anual	39
5.4.12	Índices de Rentabilidade	39
5.4.12.1	Valor Presente Líquido	40
5.4.12.2	ROI (Retorno do Investimento).....	40
5.4.12.3	Taxa Interna de Retorno	41
5.4.12.4	Período do Payback	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		43
ANEXOS		44

CAPITULO I

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, possibilitando a competitividade mercadológica, visando auferir lucro operacional de clientela de baixo e médio poder aquisitivo da área comercial de Belém (João Alfredo n 33).

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	%
NEUZA NUNES	50
MARCELO LEÃO	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 e diminuição de seus custos, estando sua responsabilidade voltada para o subsistema gerencial.

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, entes ligados ao subsistema contábil .

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 competitivo , 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 sua clientela e objetivando a 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 e lucratividade operacional positiva.

1.8 META

Aumentar o faturamento da empresa, tentar atingir a meta de venda anual de 10 008 refeições no primeiro 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, 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	1	15000.00	15000.00
CADEIRAS ESTOFADAS	10	1000.00	1000.00
MESAS	8	800.00	800.00
FREEZER 2P	1	1800.00	1800.00
CD	1	400.00	400.00
DVD	1	450.00	450.00
FOGÃO INDUSTRIAL	1	600.00	600.00
MICROONDAS	1	400.00	400.00

10

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 os lucros advindos do resultado aziendal na proporção de igual valor , sendo que os sócios serão responsáveis por todas as tomadas do processo decisório centralizado organizacional , sendo também a empresa composta de 2 colaboradores ,que serão os próprios filhos dos sócios proprietários, fato que contribui para a diminuição das despesas do restaurante que pode ser considerado uma verdadeira empresa familiar sendo que a empresa contará com um ajudante de garçom.

1.16 BENEFÍCIO ESPERADO

Consolidação do ramo alimentício como uma das melhores empresas de Belém

Objetivando um taxa de retorno operacional positiva de no mínimo 30 % até o término do quinto exercício social .

Retorno financeiro aliado satisfação da clientela.

1.17 A ANÁLISE DE S.W.O.T

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 ,com possibilidades de competição no mercado	A concorrência dos restaurantes localizados na área comercial de Belém, Barracas do comércio e do ver – o –peso variedades de refeições da concorrência
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 fonte de recursos de terceiros

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

CAPÍTULO II

2.1 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	R\$ 3,88
FRANGO	R\$ 3,66

2.2 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

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 .

CAPÍTULO III

3.1 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 .

3.2 IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO ALVO

Cientes 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 .

3.3 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

3.4 QUANTIDADE DE CONCORRENTES

Os concorrentes diretos do restaurante BOM PALADAR LTDA são aproximadamente, 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 alimento produzidos por parte da 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 a 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 a questão de adequar o preço justo a 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 a clientela de baixo poder aquisitivo, ocasionando perda de parte de sua clientela.

3.5 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	Preço baixo	Preço baixo	Preço elevado	Preço elevado
Qualidade	Excelente	Baixa	Baixa	Elevada	Elevada
Estratégia de marketing	Panfletagens, rádio local do comércio,	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 justo			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 de 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 e higiene do local, diversificação do produto	Preço elevado das refeições	Preço elevado das refeições

3.6 DIFERENCIAL COMPETITIVO

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 ,possibilitando a sua concorrência no mercado local .
- Excelente qualidade da refeição ,supervisionada por especialista nutricionista .
- Promoções visando conquistar público alvo .

3.7 META

Consolidar-se no mercado alimentício de Belém

Obter uma taxa de crescimento positiva de no mínimo 30 % até o termino do quinto exercício social subsequente .

Venda de 10008 refeições no primeiro exercício social.

CAPÍTULO IV

4.1 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.

4.2 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 (produtos de melhor qualidade que os 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.

4.3 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

4.4 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, dispendo-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.

4.5 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.

4.6 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 .

4.7 PROJEÇÃO DE VENDAS

O restaurante Bom Paladar objetiva vender em média 28 refeições por dia , sendo que a projeção de vendas para o primeiro ano de exercício social empresarial ,terá como meta a comercialização de 10.008 refeições ,sendo que essas refeições serão de carne e de frango .

CAPÍTULO V

5.1 PLANO FINANCEIRO

O investimento inicial para a produção de 10.008 unidades do produto , tendo a empresa como meta a venda dessa produção no período de um ano , objetivando uma taxa de retorno operacional até no quinto exercício social de no mínimo 30 % do investimento inicial do empreendimento .

5.2 GASTOS DE IMPLANTAÇÃO

Os gastos de implantação serão compostos por todos os itens necessários para que se estabeleça a operacionalidade aziendal ,sendo que no caso do restaurante Bom Paladar LTDA ,será composto pelos bens que serão disponibilizados para o imobilizado,matérias primas necessárias para a elaboração dos pratos de carne e frango e também será composto pelos gastos pré operacionais que pertencem ao ativo diferido .

É importante ressaltar que o investimento inicial do Restaurante Bom Paladar LTDA, será composto por fontes de recursos próprios , oriundos dos sócios proprietários Marcelo Leão e Neuza Nunes,logo as aplicações dos recursos no inicio da operacionalidade aziendal não estarão subjugadas ao capital de terceiros , o que é considerado um fator favorável para o restaurante Bom Paladar LTDA..

PLANO DE INVESTIMENTO

Investimento Inicial	27.604,00
-----------------------------	------------------

Descrição	Unid	R\$	Total
Total			23.104,00
ESTOQUE INICIAL			2.654,00
PONTO COMERCIAL	1		15.000,00
CADEIRAS ESTOFADAS	10 JOGOS		1.000,00
MESAS	8		800,00
FREEZER	1		1.800,00
CD	1		400,00
DVD	1		450,00
FOGÃO INDUSTRIAL	1		600,00
MICROONDAS	1		400,00

Despesas Pré Operacionais			4.500,00
LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA			1.000,00
PROJETO DE VIABILIDADE			2.000,00
SERVIÇOS PRESTADOS NUTRICIONISTA			1.500,00

Custo Variável	Unid	R\$	1.614,00
FEIJÃO	PCT	R\$	180,00
ARROZ	PCT	R\$	180,00
MACARRÃO	PCT	R\$	180,00
CARNE	KG	R\$	450,00
FRANGO	KG	R\$	382,20
ÓLEO	ML	R\$	58,80
CEBOLA	KG	R\$	48,00
CHEIRO VERDE	MC	R\$	30,00
EXTRATO DE TOMATE	CX	R\$	45,00
BOTIJÃO DE GÁS	UNID	R\$	60,00

Custos Fixos			R\$ 1.040,00
Água		R\$	200,00
Energia Elétrica		R\$	240,00
Telefone		R\$	100,00
Despesas com Marketing		R\$	123,22
Funcionários		R\$	376,78
Custo Variável total		R\$	1.614,00
Custo Fixo Total		R\$	1.040,00
Custo Total		R\$	2.654,00
DESPESAS OPERACIONAIS		R\$	382,16
Funcionários		R\$	382,16

5.3 TERMINOLOGIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS

Os custos serão todos os investimentos necessários para que se consiga um bem de uso, venda ou serviço ,logo serão todos os gastos necessários para colocar um produto acabado e disponível para a venda, objetivando atender as demandas de consumo das nações e objetivando auferir lucro para as empresas.

A palavra custo aplicada a contabilidade está relacionada claramente a fase em que os fatores de produção são retirados dos estoques e colocados no processo produtivo.

Esses custos reúnem como regra geral, na produção de um bem ou serviço três fatores produtivos:

Matérias primas, mão de obra e gastos gerais de fabricação

5.3.1 Matérias Primas

As matérias primas serão todas as matérias principais de um produto, materiais que serão objeto de transformação para a formação de determinado produto.

As matérias primas podem ser brutas ou elaboradas, sendo que as brutas são as que se encontram tal como foram obtidas na sua forma natural, assim por exemplo, o minério de ferro é matéria prima bruta que será transformada para a obtenção do ferro gusa, o algodão é matéria prima bruta que se transforma em fios, já as matérias primas elaboradas já passaram por algum beneficiamento e que constituíram produtos de outra indústria.o açúcar é matéria prima do produto refrigerante.

5.3.2 Mão de Obra

Serão as remunerações e encargos conseqüentes do pessoal envolvido na produção, logo registrará o trabalho dos obreiros na execução de um produto, de um bem de consumo, de um serviço, etc...

5.3.3 Gastos Gerais de Fabricação

São os demais gastos que, por sua natureza, diferenciam-se da matéria prima e mão de obra.

5.3.4 Custos Fixos

Serão todos os custos que não se modificam ou variam na proporção em que há acréscimo no volume ou na quantidade produzida, por exemplo : aluguel e depreciação, seguros, etc... .

Logo serão todos os gastos que se operam sempre dentro das mesmas medidas, independentemente do volume da produção.

5.3.5 Custos Variáveis

São custos que oscilam diretamente de acordo com as quantidades produzidas, logo o aumento da produção de determinado bem, acarretará o aumento dos custos variáveis, pois os custos variáveis possuem relação direta com o volume de produção.

Exemplo: matéria prima.

5.3.6 Custos semi fixos ou semi variáveis

Existem custos que possuem parte fixa e parte variável, portanto chamados de semi fixos ou semi variáveis.

Exemplo : remuneração da supervisão da produção

5.3.7 Custeio

São métodos de se alocar os custos, ou seja maneiras de se direcionar os recursos aos objetos de custo, ou melhor como o objeto de custo consome, absorve e recebe os fatores de produção.

Há diversos métodos de custeio entre os quais pode-se relatar :

O custeio por absorção , o custeio variável, o RKW, o custeio baseado em atividade , etc...

5.3.8 Custeio Variável

O restaurante Bom Paladar LTDA adotou o método de custeio variável, que consiste no método de custeio que aloca aos produtos ou serviços os custos variáveis e os custos fixos irão compor o resultado como despesas do período.

Comentários sobre o custeio variável:

A informação produzida pelo custeio variável é de grande valia para os gestores das áreas que formam o sistema da empresa, a grande razão é o tratamento inteligente dado aos custos fixos, tratando-os como despesas e não como custos de produção ,sendo que os custos de produção será composto pelos custos variáveis.

Por este motivo o custeio variável é vedado pela legislação societária, comissão de valores mobiliários, legislação fiscal, pois fere os princípio da competência, em particular o da confrontação entre receita e custos gerados no mesmo período e afeta consideravelmente o resultado, diminuindo a tributação que deveria ser paga pela empresa .

5.4 PLANILHAS DE CUSTOS

As planilhas de custos permitirão aos gestores , visualizarem os aspectos quantitativos referentes a operacionalização dos custos variáveis e custos fixos ,dentro de um contexto aziendal ,influenciarão na tomada de decisão dos gestores ,influenciando diretamente na composição do preço do produto que será vendido pelo restaurante Bom Paladar LTDA .É importante ressaltar que o mau gerenciamento dos custos de produção aziendal poderá

acarretar prejuízos para as empresas ,encarecendo o preço do produto, gerando a diminuição da capacidade de consumo pelo mercado ,devido o encarecimento do mesmo .

No caso do restaurante Bom Paladar LTDA , os custos variáveis mensais e custos fixos mensais ,serão constituídos pelos itens conforme tabela abaixo :

5.4.1 Quadro Estrutural de Custos

QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTO DAS REFEIÇÕES				
Material necessário p/ venda de refeições				
Venda Inicial em Unidades = 10008 REFEIÇÕES				
Carne (contra filé)	QUANT	VALOR R\$	PREÇOS	QT P/MÊS
Custos Variáveis		R\$ 840,90		
feijão	Pct	R\$ 90,00	3,00	30
Arroz	Pct	R\$ 90,00	2,00	45
Macarrão	Pct	R\$ 90,00	2,00	45
Carne (contra filé)	KG	R\$ 450,00	7,50	60
Óleo ML /DIA 630 ml	ML	R\$ 29,40	1,96	9450
Cebola	KG	R\$ 24,00	2,00	12
Cheiro verde	MAÇOS	R\$ 15,00	1,00	15
Extrato de tomate	CX	R\$ 22,50	1,50	15
Botijão de gás	unid	R\$ 30,00	30,00	1
Custo fixos		R\$ 1.040,00		
Água		R\$ 200,00		
Energia Elétrica		R\$ 240,00		
Telefone		R\$ 100,00		
Despesas com Marketing		R\$ 123,22		
Funcionários		R\$ 376,78		
Custo Variável total		R\$ 840,90		
Custo Fixo total		R\$ 1.040,00		
CUSTO TOTAL		R\$ 1.880,90		

QUADRO ESTRUTURAL DE CUSTO DAS REFEIÇÕES		
Material necessário p/ venda de refeições		

Frango	QUANT	VALOR R\$	PREÇOS	QT P/MÊS
Custos Variáveis		R\$ 773,10		
feijão	Pct	R\$ 90,00	3,00	30
Arroz	Pct	R\$ 90,00	2,00	45
Macarrão	Pct	R\$ 90,00	2,00	45
Frango	KG	R\$ 382,20	1,82	210
Óleo ML /DIA 630 ml	ML	R\$ 29,40	1,96	9450
Cebola	KG	R\$ 24,00	2,00	12
Cheiro verde	MAÇOS	R\$ 15,00	1,00	15
Extrato de tomate	CX	R\$ 22,50	1,50	15
Botijão de gás	unid	R\$ 30,00	30,00	1
Custos fixos		R\$ 1.040,00		
Água		R\$ 200,00		
Energia Elétrica		R\$ 240,00		
Telefone		R\$ 100,00		
Despesas com Marketing		R\$ 123,22		
Funcionários		R\$ 376,78		
Custo Variável total		R\$ 773,10		
Custo fixo total		R\$ 663,22		
CUSTO TOTAL		R\$ 1.436,32		

CUSTO VARIÁVEL TOTAL MÊS		R\$ 1.614,00		
CUSTO FIXO TOTAL MÊS		R\$ 1.040,00		
CUSTO TOTAL MÊS		R\$ 2.654,00		
DESPESAS OPERACIONAIS				
Funcionários		R\$ 382,16		

5.4.2 Folha do Produto

A folha do produto será composta de itens necessários para a produção inicial das refeições, sendo que seu valor será calculado pelo valor mensal de cada item necessário para a elaboração do produto, dividido pelo total das unidades produzidas, sendo que os valores mensais desses itens são oriundos dos custos fixos e custos variáveis, que divididos pelas unidades produzidas irão gerar os valores dos custos fixos por unidade, custos variáveis por unidade e custos totais por unidade.

FOLHA DO PRODUTO		FOLHA DO PRODUTO	
Material necessário p/ venda de refeições de carne		Material necessário para venda de refeições de frango	
Custos Variáveis	VALOR/Unid	Custos Variáveis	VALOR/Unid
Feijão	R\$ 0,009	Feijão	R\$ 0,009
Arroz	R\$ 0,009	Arroz	R\$ 0,009
Macarrão	R\$ 0,009	Macarrão	R\$ 0,009
Carne	R\$ 0,090	Frango	R\$ 0,076
Óleo ML /DIA 630 ml	R\$ 0,003	Óleo ML /DIA 630 ml	R\$ 0,003
Cebola	R\$ 0,002	Cebola	R\$ 0,002
Cheiro verde	R\$ 0,001	Cheiro verde	R\$ 0,001
Extrato de tomate	R\$ 0,002	Extrato de tomate	R\$ 0,002
Botijão de gás	R\$ 0,003	Botijão de gás	R\$ 0,003
TOTAL VARIÁVEL	R\$ 0,129	TOTAL VARIÁVEL	R\$ 0,115
Custos Fixos	VALOR/Unid	Custos Fixos	VALOR /Unid
Água	R\$ 0,020	Água	R\$ 0,020
Energia Elétrica	R\$ 0,024	Energia Elétrica	R\$ 0,024
Telefone	R\$ 0,010	Telefone	R\$ 0,010
Despesas com Marketing	R\$ 0,012	Despesas com Marketing	R\$ 0,012
Funcionários	R\$ 0,038	Funcionários	R\$ 0,038
TOTAL FIXO	R\$ 0,104	TOTAL FIXO	R\$ 0,104
CUSTO TOTAL P/ UN	R\$ 0,233	CUSTO TOTALP/ UNID	R\$ 0,219

5.4.3 Preço de Venda

O preço de venda poderá depender de fatores endógenos e exógenos ,dentro do contexto de uma economia nacional aziendal ,antes de se definir o preço de determinado bem ou serviço a ser ofertado para atender a demanda nacional , se faz necessário agregar a esse preço de venda todos os custos variáveis e custos fixos que contribuíram para a produção desse bem ou serviço .É importante ressaltar que do ponto de vista da análise financeira existe uma fórmula para se chegar ao preço de venda . É importante se dizer também que o preço de venda será também ditado pelo mercado globalizado .

FÓRMULA

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

5.4.4 Quadro do Preço de Venda

O preço de venda será determinado pela divisão do custo total por unidade : 1-(os impostos + margem de lucro .)

DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

PRODUTO	CUSTO TOTAL P/ UN
REF. DE CARNE	R\$ 0,2329

$$\text{PREÇO DE VENDA} = \frac{\text{CUSTO TOTAL}}{1 - (\text{IMPOSTOS} + \text{MARG. DE LUC.})}$$

IMP+MG LUC.	PERC.
ICMS	17%
MG DE LUCRO	77%
TOTAL	94%

PRODUTO	PREÇO DE VENDA
REF. DE CARNE	R\$ 3,88

PRODUTO	CUSTO TOTAL P/ UN
REF. DE FRANGO	R\$ 0,2194

IMP+MG LUC.	PERC.
ICMS	17%
MG DE LUCRO	77%
TOTAL	94%

PRODUTO	PREÇO DE VENDA
REF. DE FRANGO	R\$ 3,66

5.4.5 Tabela da Margem de Contribuição

A margem de contribuição do restaurante Bom Paladar LTDA, será a diferença do preço de venda dos produtos ofertados pelas aziendas menos os custos variáveis .

REFEIÇÃO DE CARNE

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 3,88	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,129	3,32
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3,753	96,68
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 0,104	2,68
LUCRO	R\$ 3,649	94,00

REFEIÇÃO DE FRANGO

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
		%
PREÇO DE VENDA	R\$ 3,66	100
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 0,115	3,16
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3,540	96,84
(-) DESPESAS GERAIS	R\$ 0,104	2,84
LUCRO	R\$ 3,437	94,00

5.4.6 Balanço Patrimonial de Abertura

O balanço patrimonial representará do ponto de vista aziendal o conjunto de bens , direitos e obrigações em determinado exercício social, para que os usuários das informações contábeis possam visualizar a evolução da operacionalidade aziendal em determinado momento ,sendo o balanço patrimonial subdividido em ativo(bens e direitos) e passivo (obrigações + resultado de exercícios futuros+ patrimônio líquido). O balanço patrimonial é um dos demonstrativos que possibilitarão cálculo dos índices e quocientes financeiros ,que de

posse do resultado desses índices de liquidez , rentabilidade ,endividamento e rotação ,terão influencia na tomada de decisão das aziendas , pelos gestores empresariais .

Na estrutura do balanço patrimonial será descrito de que forma estão disponibilizados as fontes de recursos (terceiros e próprios) e as aplicações dos recursos.

BALANÇO PATRIMONIAL INICIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Circulante	2.654,00	Circulante	
<i>Disponível</i>			
Caixa			
<i>Estoque</i>			
MATÉRIA PRIMA ALIMENTAR	2.654,00		
E MAT. DIVERSOS			
Permanente	24.950,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	27.604,00
<i>Ativo Imobilizado</i>	<i>20.450,00</i>		
Cadeiras	1.000,00	Capital	27.604,00
Mesas	800,00		
Freezer	1.800,00		
Cd	400,00		
Dvd	450,00		
Fogão Industrial	600,00		
Microondas	400,00		
Ponto Comercial	15.000,00		
(-) Depreciação Acumulada			
<i>Ativo Diferido</i>	<i>4.500,00</i>		
Despesas de Organização	4.500,00		
(-) Amortização Acumulada			
TOTAL DO ATIVO	27.604,00	TOTAL DO PASSIVO	27.604,00

5.4.7 Projeção de DRE

Este demonstrativo contábil terá por objetivo apurar o resultado das aziendas,no desenrolar das operacionalidades empresariais ,durante determinado exercício social (que geralmente será um período de 12 meses),sendo que esse demonstrativo visualizará se a

empresa está tendo lucro ou prejuízo operacional .O resultado será apurado através do valor das receitas menos os impostos incidentes ,custos e despesas aziendais , para se chegar ao lucro líquido do exercício social .

Resultado no 1º MÊS

VENDA	Unid. Mensal	Preço de Venda	CDV	Receita Mensal	CDV
REFEIÇÃO DE CARNE	417	3,88	0,13	1.618,68	53,79
REFEIÇÃO DE FRANGO	417	3,66	0,12	1.524,51	48,14
TOTAIS	834			3.143,19	101,93

CDV = Custo Direto Variável Unitário

CDV = Custo Direto Variável Mensal

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

	MÊS 1
Receita Bruta Vendas	3.143,19
(-) Deduções ICMS	(534,34)
Receita Operacional Líquida	2.608,85
Custos Operacionais	
(-) Custos do Período Custos Das Mercadorias Vendidas	(101,93)
Lucro Operacional Bruto	2.506,92
Despesas Operacionais	
(-) Despesas	(382,16)
Lucro Operacional	2.124,76
(+/-) Rec./Desp. não Operacionais	
Lucro antes do Imposto de Renda	2.124,76
(-) Imposto de Renda	(63,74)
Lucro Líquido	2.061,02

5.4.8 Ponto de Equilíbrio Financeiro

O ponto de equilíbrio será estabelecido pela somatória dos custos e despesas fixos mensais mais os custos e despesas variáveis por unidades, dividido pela margem de

contribuição unitária, sendo que este cálculo nos fornecerá o ponto de equilíbrio em unidades, já o ponto de equilíbrio em reais será a multiplicação do ponto de equilíbrio em unidades pelo preço de venda do produto.

No caso do Restaurante Bom Paladar Ltda o ponto de equilíbrio em unidades da refeição de carne será estabelecido quando a produção dessa refeição de carne chegar a 277 unidades, sendo que nessa exata produção o restaurante iguala suas receitas aos seus custos e despesas, concluindo-se que a empresa nesse exato momento não estará tendo lucro e nem prejuízo, sendo que a partir do momento em que o restaurante produzir acima de 277 refeições, a empresa passará a ter lucro, já no caso da produção das refeições de frango o ponto de equilíbrio em unidades se estabelecerá no momento em que a produção da refeição de frango chegar a 294 unidades produzidas, sendo que a partir do momento em que a produção ultrapassar as 294 unidades a empresa passa a ter lucro.

No caso do ponto de equilíbrio em moeda do Restaurante Bom Paladar, será obtido pela multiplicação do ponto de equilíbrio em unidades de cada produto pelos seus respectivos preços de venda, sendo que no caso da refeição de frango será de R\$ 1.074,03 e da refeição de carne será de R\$ 1.075,88.

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

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO	
REFEIÇÃO DE CARNE	
Ponto de Equilíbrio =	$\frac{\text{Custos + Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$
Preço de Venda/Unid	3,88
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$ 0,1290
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$ 1.040,00
Margem de Contribuição Unitária	R\$ 3,75
Ponto de Equilíbrio/Unid	277,17
Ponto de Equilíbrio em und	$\frac{1.040,13}{3,75} = 277$
Ponto de Equilíbrio em R\$	1.075,88

CALCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO	
REFEIÇÃO DE FRANGO	
Ponto de Equilíbrio =	$\frac{\text{Custos + Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$
Preço de Venda/Unid	3,66
Custos + Despesas Variáveis/Unid	R\$ 0,1154
Custos + Despesas Fixas/Mês	R\$ 1.040,00
Margem de Contribuição Unitária	R\$ 3,54
Ponto de Equilíbrio/Unid	293,78
Ponto de Equilíbrio em und	$\frac{1.040,12}{3,54} = 294$
Ponto de Equilíbrio em R\$	1.074,03

5.4.9 Projeção do Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa terá por objetivo visualizar o controle do comportamento das entradas de recursos, frente aos desembolsos, de modo a fornecer subsídios analíticos sobre o comportamento financeiro das empresas, em determinado momento, como consequência da sua capacidade de geração de caixa.

O fluxo de caixa reflete exatamente a projeção das entradas, saídas e disponibilidade real de caixa para diversos períodos ao longo do tempo, sendo que para efeito de plano de negócios a demonstração do fluxo de caixa será considerado o mais importante instrumento de análise de viabilidade do negócio.

No caso do restaurante Bom Paladar LTDA a projeção do fluxo de caixa foi elaborada para cinco exercícios sociais, sendo que esses fluxos de caixas poderão ser visualizados conforme a tabela em anexos.