

PLANO DE VIABILIDADE DE UM EMPREENDIMENTO: PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM RESTAURANTE *SELF SERVICE* EM PATOS DE MINAS - MINAS GERAIS¹

Isabela Christina da Mota

Graduanda do 8º período do curso de Administração do UNIPAM.

E-mail: isabelacm@unipam.edu.br

Eliphas Levi Pereira

Orientador do trabalho. Professor do curso de Administração do UNIPAM.

E-mail: eliphaspereira1@yahoo.com.br

RESUMO: O estudo teve como objetivo geral, elaborar um plano de negócio para se apurar a viabilidade de abrir um restaurante. Neste sentido os objetivos específicos foram: levantar através da literatura conceitos científicos, levantar orçamentos de investimento inicial, elaborar planilhas específicas, calcular os índices e valores. A metodologia está fundamentada em uma pesquisa bibliográfica e de campo quantitativa. Realizaram-se suas interpretações, e o resultado aponta ser favorável a abertura.

PALAVRAS-CHAVE: Plano de negócio; Investimento; Planejamento; Viabilidade.

ABSTRACT: The overall objective of the study was to elaborate a business plan to determine the viability to open a self-service restaurant. In this sense the specific objectives were: to raise through scientific literature on the study, raise investment budgets initial, prepare specific worksheets. The methodology is based on a bibliographical research and quantitative field. His interpretations were made and the result is favorable to the opening.

KEYWORDS: Business plan, Investment, Planning, Viability.

1 INTRODUÇÃO

Empreender é a facilidade de identificação de problemas e oportunidades para saber investir recursos na competência da criação de um negócio, projeto, que seja capaz de gerar um impacto positivo e lucrativo. Diante disso as empresas estão sempre em busca de mudanças com o objetivo de atender e suprir as exigências do mercado ela se sentem obrigadas a inovar, facilitar e a aprimorar ao mercado consumidor.

O plano de negócios pode ser comparado a um mapa, um documento detalhado sobre os investimentos, despesas, custos, receitas, possíveis fornecedores,

¹ Trabalho apresentado na área temática 1 – Plano de negócio. Categoria: comunicação oral. Novas tecnologias e ferramentas para gestão empreendedora do XIV Congresso Mineiro de Empreendedorismo, realizado de 5 a 7 de novembro de 2018.

ramos de clientes, e concorrente de seu futuro negócio.

Diante desse contexto o objetivo geral foi, elaborar um plano de negócio para a abertura de um restaurante na cidade de Patos de Minas, a fim de verificar a viabilidade ou não deste empreendimento. Nesse sentido os objetivos específicos foram: levantar através da literatura conceitos científicos sobre o assunto, levantar orçamentos de investimento inicial custos e despesas, elaborar planilhas específicas de acordo com a natureza dos gastos apurando seus totais, calcular os índices e valores que indicam a viabilidade ou não do empreendimento.

Como justificativa do tema escolhido, tem-se que hoje em dia, a grande dificuldade de encontrar um bom emprego, está levando as pessoas a procurarem alternativas de se obterem renda. Assim enxerguei a oportunidade de ser uma empreendedora abrindo meu próprio negócio, gerando renda e novos empregos.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Para atingir o objetivo desse estudo, fez-se necessária a criação de um referencial teórico, onde foram apresentadas citações com significâncias importantes, e conceitos dos principais autores que escrevem sobre o tema em estudo, abordando termos como empreendedorismo, planejamento financeiro, estratégico, marketing, etc.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Hisrich e Peters (2005 p. 29) falam que “empreendedorismo é o processo dinâmico de criar riquezas. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço”.

Na visão dos autores acima, todos os indivíduos que exercem uma atividade profissional seja ela através de uma prestação de serviços ou fabricação de um produto, tendo consciência que envolve riscos, geram riquezas, pode-se dizer que esses indivíduos são empreendedores.

2.2 PLANO DE NEGÓCIO

Todo empreendimento deve-se remeter a um plano de negócios. O plano de negócio é parte fundamental do processo, onde terá um estudo do mercado, uma análise de dados, estratégias a serem tomadas, entre outros.

Para Dornelas (2012 p.99) o plano de negócio é um “documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e ainda permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios”.

2.3 PLANEJAMENTO

Planejar segundo autor Bateman e Snell (1998 p.28) “é especificar os objetivos

a serem atingidos e decidir antecipadamente as ações apropriadas que devem ser executadas para atingir esses objetivos”. O planejamento pode ser entendido então como um processo no qual é preciso especificar os objetivos os quais se quer atingir e a partir destes estabelecer estratégias para sua realização. Nesse processo a antecipação das ações é fundamental para se atingir os objetivos pretendidos.

2.4 PLANO OPERACIONAL

Como citado acima o plano operacional é segundo Chiavenato (1989 p.28,29) “é o nível localizado nas áreas internas e inferiores da organização. É o nível organizacional mais baixo, em que as tarefas são executadas e as operações são realizadas”. Pinho (1999) cita que o planejamento operacional pode ser considerado como a formalização através de documentos, das metodologias, dos processos que por sua vez se caracterizam os planos de ação ou planos operacionais.

2.5 PLANO FINANCEIRO

Gitman (2002 p.434) ressalta que o plano financeiro “é um aspecto importante das operações da empresa, porque ele mapeia os caminhos a guiar, coordenar e controlar as ações da empresa para atingir seus objetivos”.

Para cada opção analisada é feito um cálculo custo/benefício e os indicadores mais usados são: *Payback*, Valor Presente Líquido, Taxa Interna Líquida, rentabilidade e lucratividade. (PRADO, 2011)

3 METODOLOGIA

Para que o estudo tenha direcionamento de forma a conduzir a estrutura do mesmo, é necessário construir uma metodologia que define de forma clara os tipos de pesquisas que serão efetuadas para esse fim.

3.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

A pesquisa bibliográfica parte de consultas em fontes, já existentes como livros, revistas bibliográficas, artigos e recursos da internet ou pesquisa bibliográfica além de outros.

Lakatos (2017) pesquisa bibliográfica é um tipo específico de produção científica é feita com textos, com base em livros artigos científicos, ensaios críticos, dicionário, enciclopédias, jornais, revistas, resenhas e resumos. Atualmente predomina o uso de artigos científicos como foco principal, pois é neles que se pode encontrar conhecimento científico atualizado e com mais veracidade.

3.2 QUANTO AOS FINS

Margarida de Andrade (2010 p.112) “nesse tipo de pesquisa, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o

pesquisador interfira neles. Isso significa que os fenômenos físicos e humanos são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador. Incluem-se entre as pesquisas descritivas a maioria das desenvolvidas nas Ciências Humanas e Sociais, as pesquisas de opinião, as mercadológicas, os levantamentos socioeconômicos e psicossociais”.

3.3 QUANTOS AOS MEIOS

Mattar (2008) diz que a pesquisa de campo não deixa de ser uma pesquisa experimental. Toda pesquisa de campo parte da construção de um modelo de realidade, a partir daí podemos determinar como enxergar há muitas técnicas de observação mais a escolha de uma mais dessas técnicas deve ser determinada por esses modelos prévios, assim é necessário definir o campo da pesquisa as formas de acesso a esse campo e os participantes para então determinar os meios de coleta e análise dos mesmos.

3.4 QUANTO À FORMA DE ABORDAGEM

A pesquisa é quantitativa com relação à pesquisa de campo. Segundo Engel (2009 p.33) “os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.”.

3.5 PROCEDIMENTO PARA COLETA DE DADOS

Lakatos (2017 p.180) “coleta de dados é a etapa que inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de efetuar a coleta dos dados previstos”. Margarida de Andrade (2010) nos fala que a coleta de dados é onde o autor deve procurar na biblioteca através de livros, artigos científicos, dicionários no quais os mesmo lhe traz os dados necessários para o desenvolvimento do trabalho.

3.6 FORMA DE COLETA DE DADOS

Nesse trabalho a coleta de dados foi através da pesquisa bibliográfica já realizada e a de campo ocorreu no período de junho a agosto de 2018 através de consultas informais de preços de produtos e serviços, e orçamentos de investimento em máquinas e equipamentos.

3.7 FORMA DE ANÁLISE DE DADOS

Para a pesquisa bibliográfica a interpretação se faz através do entendimento do

referencial, ou seja, de cada citação. Para a pesquisa de campo os dados foram transportados para planilhas orçamentárias tituladas de acordo com a natureza dos gastos as quais são básicas para o cálculo da viabilidade ou não do empreendimento.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Desenvolveram-se nesse item os aspectos mercadológicos que envolveram o estudo e também foram apurados os valores e índices de sua viabilidade.

4.1 ANÁLISE DE MERCADO

4.1.1 Estudo dos Clientes

Faixa etária de 18 a 40 anos, casados, solteiros ambos os sexos, acompanhados de familiares e amigos ou não.

4.1.2 Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Clientes tem o interesse de comprar/utilizar esse serviço de segundas feiras aos domingos a maioria tem uma hora de almoço e estão dispostos a pagar pelo preço de mercado.

4.1.3 Área de abrangência (onde estão os clientes?)

A empresa terá sua localização de fácil acesso, de preferência no centro da cidade abrangendo os demais bairros próximos. A empresa também realizará parcerias com outras empresas para que a organização feche contrato para seus funcionários poderem almoçar todos os dias por um preço mais barato e pago ao final de todo mês.

4.1.4 Estudo dos Concorrentes

Os concorrentes são fortes já possuem alguns anos no mercado de Patos de Minas, tem seus clientes fixos assim como todo empreendimento, uns disputam por preço mais baixo, outros são pelo diferencial de atendimento, espaço. Com a abertura desse novo empreendimento em Patos de Minas, terá como diferencial o espaço como um lugar calmo que passa a sensação de tranquilidade, trabalhando com os melhores produtos e praticando o menor preço.

4.2 PLANO DE MARKETING

4.2.1 Produtos e Serviços

Os clientes podem montar suas refeições de forma variada com base nos alimentos abaixo, podendo contar também com sobremesas, sucos refrigerante e cerveja.

4.2.2 Preço

Para a determinação do preço de vendas, será levada em consideração a base nos preços praticados pelos concorrentes no mercado, porém um pouco abaixo desses para facilitar com maior rapidez a penetração do restaurante no mercado.

4.3 PLANO OPERACIONAL

4.3.1 Capacidade instalada

O restaurante contará com 25 mesas com 4 cadeiras com capacidade máxima de atender 100 pessoas devidamente assentadas, contando também com estrutura operacional adequada.

4.3.2 Processos operacionais

Após as compras dos produtos necessários à elaboração dos pratos e de acordo com variações que podem ocorrer durante a semana os produtos são preparados desde a sua higienização ou limpeza seguida de seu preparo ou seja cozimento mais aqueles que serão servidos in natura devidamente temperados e após tais procedimentos são colocados nas gôndolas térmicas.

4.4 PLANO FINANCEIRO

Quadro 1 – Análise financeira (resumo)

Descrição	Valor
1-Total dos Investimentos fixos	R\$ 56.226,00
2-Total do Estoque Inicial	R\$ 3.632,69
3- Reposição do Estoque em dias	15 em 15
4-Total dos Custos Fixo Mensal	R\$ 21.164,46
5-Total dos Custos Variáveis Mensal	R\$ 7.456,61
Total dos Custos da Empresa	R\$ 28.621,07
Custo Total Diário	R\$ 954,04
Necessidade Liquida de Capital de Giro em dias	1
Caixa Mínimo	R\$ 954,04
A- Estoque Inicial	R\$ 3.632,69
B- Caixa Mínimo	R\$ 954,04
Total do Capital de giro (A+B)	R\$ 4.586,73
Despesas Pré Operacionais	
Despesa de Legalização	R\$ 1.200,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 150,00
Outras Despesas	R\$ 500,00
Materiais de Escritório	R\$ 150,00

Continua...

Conclusão...

Materiais de Limpeza	R\$ 150,00
Total	R\$ 2.150,00
Descrição dos Investimentos	
Investimento Fixos	R\$ 56.226,00
Capital de Giro	R\$ 4.568,73
Investimentos Pré Operacionais	R\$ 2.150,00
Total	R\$ 62.962,73
Faturamento Mensal	
Self - Service KG 1200 X R\$ 27,00	R\$ 32.400,00
Refrigerantes 1L 300UND X R\$ 5,00	R\$ 1.500,00
Suco Natural 500 ml 230UND X R\$ 4,00	R\$ 920,00
Cervejas Long. Neck 300UNID X R\$ 8,00	R\$ 2.400,00
Total	R\$ 37.220,00
Descrição dos Custos MD e/ou MV	
Self - Service KG 1200 X R\$ 2,10	R\$ 2.520,00
Refrigerantes 1L 300UND X R\$ 0,99	R\$ 297,00
Suco Natural 500 ml 230UND X R\$ 2,30	R\$ 529,00
Cervejas Long. Neck 300UNID R\$1,01	R\$ 303,00
Total	R\$ 3.649,00
Impostos	R\$ 2.233,40
Gasto com vendas	R\$ 1.574,41
Total dos impostos mais gastos com vendas	R\$ 3.807,61
Descrição dos Custos Fixos	
Aluguel	R\$ 3.500,00
Energia Elétrica	R\$ 3.000,00
Telefone + Internet	R\$ 150,00
Pró-Labore	R\$ 1.500,00
Salários + Encargos	R\$ 12.517,58
Depreciação	R\$ 496,88
Total	R\$ 21.164,46

Fonte: elaborado pela autora.

4.5 RESULTADO DO EMPREENDIMENTO

Tabela 1 – DRE resumida

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 37.220,00	R\$ 446.640,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 3.649,00	R\$ 43.788,00	9,80
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.233,20	R\$ 26.798,40	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 1.574,41	R\$ 18.892,92	4,23
Total de custos Variáveis	R\$ 7.456,61	R\$ 89.479,32	20,03
3. Margem de Contribuição	R\$ 29.763,39	R\$ 357.160,68	79,97
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 21.164,46	R\$ 253.973,52	56,86
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 8.598,93	R\$ 103.187,16	23,10

Fonte: elaborado pela autora.

Tabela 2 – Indicadores financeiros

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 317.601,40
Lucratividade	23,10 %
Rentabilidade	163,89 %
Prazo de retorno do investimento	8 meses

Fonte: elaborado pela autora.

4.6 ANÁLISE DO PLANO

Pelo investimento inicial no restaurante o valor de R\$ 62.962,73 pode ser considerado um investimento moderado, o que não trará dificuldades para sua realização com recursos próprios ou mesmo caso fosse captar recursos de terceiros como banco. Há de se considerar também que o retorno do investimento é de oito meses, recuperando o capital investido em curto prazo.

A rentabilidade de 13,65% am ou a taxa de retorno do capital investido, pode ser considerada muito boa em relação ao rendimento da caderneta de poupança, que hoje gira em torno de 0,45% ao mês e em outras aplicações financeiros no mercado bancário como CDB e RDB que rendem aproximadamente 0,75% am dependendo da instituição financeira.

Por último com relação ao ponto de equilíbrio de R\$ 26.466,78 no mês que corresponde a 71% do faturamento mensal, propicia uma margem de alavancagem de 29% para a formação do lucro líquido. Tendo como base esses resultados pode se concluir que é viável a abertura do empreendimento devendo levar em consideração as influências governamentais, políticas, macro ou microeconômicas e os riscos que todo mercado pode estar propenso.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho se realizou com uma pesquisa bibliográfica e de campo descritiva quantitativa, cuja autora buscou informações mercadológicas, levantamentos orçamentários, custos e despesas de acordo com a atividade, e foi realizado cálculos de índices e valores que indicam a viabilidade do empreendimento. Após todo o estudo através de levantamentos literários e o investimento inicial com os custos e despesas do empreendimento a autora conseguiu atingir o objetivo geral e os específicos que era verificar a viabilidade da abertura de um restaurante na cidade de Patos de Minas, mostrando sim que é viável como visto na análise e discussão dos resultados no tópico acima além de apresentar um *payback* de curtíssimo prazo. Para se atingir os objetivos desse estudo foram realizadas consultas informais de preços de produtos e serviços, e orçamentos de investimento em máquinas e equipamentos cujas planilhas foram elaboradas com o auxílio da internet e do site do SEBRAE. Por fim, com todo o estudo concluído, a autora entende que sim é viável a abertura do restaurante *self service* na cidade de Patos de Minas. Com a elaboração desse estudo teve-se um melhor conhecimento em diversas áreas da Administração, podendo observar na prática como se deve proceder para se abrir um negócio.

Uma limitação da pesquisa foi o software utilizado para a pesquisa, ele é o mais recomendado e utilizados para quem realiza um estudo sobre plano de negócio, apresentando no meu caso, algumas dificuldades operacionais. Entretanto não deixou de contribuir para que o meu estudo fosse realizado, pois forneceu planilhas e gráficos de acordo com os dados nele alimentados. Este estudo não tem pretensão de se dar por concluído, como o mercado movimenta todo dia, preço sobe e desce, a autora continuará seus estudos para ter conhecimento real da situação mercadológica e de seus futuros concorrentes de tempos em tempos.

Por último espera-se que esse estudo seja útil ao meio acadêmico e auxiliar empreendedores que queiram abrir um empreendimento no ramo alimentício e possam buscar a pesquisa através do Centro Universitário de Patos de Minas.

REFERÊNCIAS

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott. **Administração construindo vantagens**. Atlas, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação à administração financeira**. 2. ed. McGraw Hill, 1990.

DORNELAS, Jose. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 4. ed. São Paulo: Campus, 2012.

ERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009.

GITMAN, Lawrence. **Princípios da administração financeira**. 12. ed. Pearson, 2010.

GITMAN, Lawrence. **Princípios de administração financeira – essencial**. 2. ed. Bookman, 2004.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Bookman, 2004.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATTAR, João. **Metodologia científica na era da informática**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouços. **Planejamento estratégico**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PRADO, Darci. **Planejamento e controle de projetos**. 7. ed. Nova Lima: IndgTecs, 2011.