

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

MÁRCIO MICHAEL LISBOA ALCÂNTARA



PLANO DE NEGÓCIO: DONNATELO'S PIZZARIA

Rubiataba – GO
2010

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

PLANO DE NEGÓCIO: DONNATELO'S PIZZARIA

Trabalho de curso submetido à FACER – Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, como requisito necessário para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração. Sob orientação do Professor Cláudio Roberto Santos Kobayashi.

32913
saori

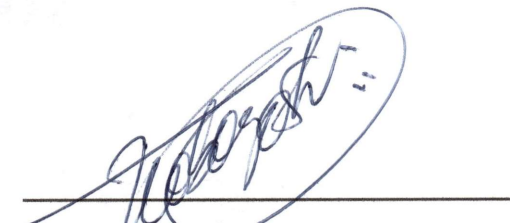
Tombo n°	17689
Classif.:	65.012.45
Ex.:	1
Origem:	vd
Data:	01.02.11

FICHA DE AVALIAÇÃO

MÁRCIO MICHAEL LISBOA ALCÂNTARA

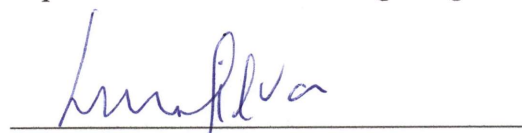
PLANO DE NEGÓCIO: DONNATELO'S PIZZARIA

Comissão julgadora monográfica para a obtenção do grau de Bacharel em Administração pela
Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.



Cláudio Roberto Santos Kobayashi

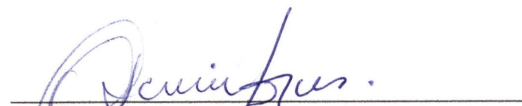
Especialista em Gestão de Agronegócio



Luiz Maurício Aires Ferreira da Silva

Bacharel em Administração

Mestrado em andamento em Gestão de Empreendimento



Gláucia Aparecida Nascimento Nunes

Especialista em Administração em Sistema de Informação

Mestrado em andamento em Educação

Rubiataba, 06 de janeiro de 2011

DEDICATÓRIA

Dedico a Deus pela minha vitória.

Aos meus pais, que sempre me cobriram de oportunidades para que eu pudesse conquistar os meus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, e, a meus pais.

Ao Professor Cláudio Kobayashi, que foi meu orientador, ajudando-me e despertando-me para a importância deste curso.

Aos meus amigos e colegas de sala de aula, foi muito bom conhecê-los.

E a todos os professores que passaram pela minha vida acadêmica, a todos os profissionais desta Unidade de Ensino, que me passaram seus conhecimentos e me ajudaram a desenvolver este projeto que tem por finalidade, o aprimoramento de meus conhecimentos.

“Não tenho necessariamente que gostar de meus jogadores e sócios, mas como líder devo amá-los. O amor é lealdade, o amor é trabalho em equipe, o amor respeita a dignidade e a individualidade. Esta é a força de qualquer organização”.

“Vince Lombardi”

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral analisar a viabilidade de implantar uma empresa no ramo de pizzaria na cidade de Carmo do Rio Verde – GO. Os objetivos específicos serão analisar e elaborar o plano de marketing, plano operacional e plano financeiro. Justifica a criação do trabalho por ser requisito para a conclusão do curso, colocando em prática todo o conhecimento adquirido durante o curso. O trabalho estará também abordando o referencial teórico, que apresenta como ponto de partida a análise histórica do empreendedorismo até a estruturação do plano de negócio. Após analisar todos os objetivos específicos, concluiu-se que é viável a implantação do empreendimento na cidade de Carmo do Rio Verde – GO, pois esta análise mostrou que o investimento é de recurso próprio, o ponto de equilíbrio foi de R\$ 136.167,24 anual, a lucratividade de 13,58% anual, a rentabilidade de 88,90% anual e o prazo para recuperar o capital investido de 1 ano, 1 mês e 13 dias.

Palavras-chave: empreendimento, trabalho, viabilidade.

LISTA DE FIGURAS

01 – Figura – Atendimento ao cliente	36
02 – Figura – Layout	40
03 – Figura – Processo comercial.....	42
04 – Figura – Dimensionamento de pessoal.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

01 – Gráfico – Onde mora	36
02 – Gráfico – Frequência que consome pizza.....	40
03 – Gráfico – Nível salarial	42

LISTA DE QUADROS

01 – Quadro – Capital social	25
02 – Quadro – Estudo dos concorrentes	33
03 – Quadro – Estudo dos Fornecedores.....	34
04 – Quadro – Dimensionamento de pessoal	43
05 – Quadro – Investimento Fixo.....	44
06 – Quadro – Investimento Financeiro	45
07 – Quadro – Estimativa estoque inicial.....	45
08 – Quadro – Investimento pré-operacional	46
09 – Quadro – Investimento Total	47
10 – Quadro – Balanço patrimonial (inicial)	47
11 – Quadro – Estimativa de faturamento	47
12 – Quadro – Custo mensal e anual	48
13 – Quadro – Estimativa do custo com depreciação.....	49
14 – Quadro – Estimativa da deduções da receita.....	49
15 – Quadro – Estimativa de custos com mão-de-obra.....	50
16 – Quadro – Estimativa dos custos fixos e variáveis	50
17 – Quadro – Estimativa de despesas fixas	51
18 – Quadro – Demonstrativo de resultados	51
19 – Quadro – Balanço patrimonial (final)	51
20 – Quadro – Fluxo de caixa.....	54

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
1.1 – Surgimento do Empreendedorismo	15
1.2 – Empreendedorismo	15
1.3 – Empreendedor.....	17
1.3.1 – Características do empreendedor	19
1.3.2 – Perigos e riscos encontrados.....	20
1.4 – Plano de negócio.....	21
1.4.1 – Estruturação.....	23
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	24
2.1. – A Oportunidade	24
2.2 – O negócio.....	24
2.2.1 – Dados do empreendimento	25
2.2.2 – Capital social	26
2.2.3 – Missão.....	26
2.2.4 – Visão.....	26
2.2.5 – Objetivos.....	27
2.3 – Dados do empreendedor e perfil.....	27
3. PLANO DE MARKETING.....	28
3.1 – Mercado.....	28
3.2 – Descrições dos principais serviços.....	29
3.3 – Preço.....	30
3.4 – Praça.....	30
3.5 – Estudo dos clientes.....	30
3.6 – Estudo dos concorrentes.....	33
3.7 – Estudo dos fornecedores.....	34
3.8 – Estratégias promocionais.....	35
3.9 – Atendimento a cliente: vendas e pós vendas.....	36
3.10 – Análise SWOT	37
4. PLANO OPERACIONAL.....	40
4.1 – Localização do negócio	40

4.2 – Layout.....	41
4.3 – Capacidade comercial.....	42
4.4 – Processo comercial	42
4.5 – Dimensionamento de pessoal	44
5. PLANO FINANCEIRO.....	45
5.1 – Estimativa Investimento Fixos	45
5.2 – Estimativa Investimento Financeiro	46
5.2.1 – Estimativa do Estoque Inicial.....	46
5.2.2 – Estimativa de Capital de Giro	47
5.3 – Estimativa Investimento pré - operacional.....	47
5.4 – Estimativa Investimento total.....	47
5.5 – Balanço Patrimonial (inicial).....	48
5.6 – Estimativa do faturamento da empresa	48
5.7 – Estimativa dos custos mensal e anual.....	49
5.8 – Estimativa do custo com depreciação	50
5.9 – Estimativa das deduções da receita	50
5.10 – Estimativa do custo com mão-de-obra	51
5.10 – Estimativa dos custos fixos e variáveis.....	51
5.11 – Estimativa das despesas fixas.....	51
5.12 – Demonstrativo de resultados	52
5.13 – Indicadores de Viabilidade.....	53
5.13.1 – Margem de Contribuição.....	53
5.13.2 – Ponto de Equilíbrio	53
5.13.3 – Lucratividade.....	53
5.13.4 – Rentabilidade.....	54
5.13.5 – Pay Back.....	54
5.14 – Fluxo de Caixa.....	55
5.15 – TMA	56
5.16 – TIR.....	56
5.17 – VPL.....	56
5.18 – VPLD.....	57
AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	58
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60

INTRODUÇÃO

O presente plano de negócio foi elaborado como trabalho de curso de Administração, a ser apresentado à Faculdade de Ciência e Educação de Rubiataba (FACER), cujo intuito é colocar em prática todo o conhecimento adquirido durante o curso.

O plano de negócio é uma ferramenta muito utilizada atualmente, principalmente por aqueles que têm o sonho de serem donos dos seus próprios negócios, ou, até mesmo aqueles que já o possuem, mas desejam fazer melhorias no mesmo. Sendo assim o plano de negócio se mostra como uma ferramenta de suma importância e seu uso de extrema necessidade, pois com o uso dele pode-se detectar possíveis riscos quanto a empreender. Através do plano de negócio pode-se identificar os pontos fortes e fracos do novo empreendimento, assim como os dos concorrentes, desta forma, estabelecer estratégias de marketing para os produtos e serviços, pode-se também analisar e avaliar os investimentos e o retorno que o mesmo lhe trará, resumindo, permite ao empreendedor ter uma visão prévia de todo um cenário antes mesmo de fazer parte dele.

Este plano de negócio visa buscar em meio a um universo de concorrentes, um diferencial que se destaque em meio à concorrência tornando-se um referencial em se tratando de pizzeria e sorveteria, com um atendimento diferenciado e produtos de qualidade, além de um ambiente diferenciado e familiar, estes detalhes serão parte do segredo do sucesso da **Donnatello's pizzeria**.

Sendo assim, o objetivo do presente trabalho é: A elaboração de um plano de negócio como ferramenta de avaliação quanto à viabilidade de instalação da **Donnatello's pizzeria** na cidade de Carmo do Rio Verde. Tendo como objetivos específicos: analisar o plano de marketing; analisar o plano operacional; e analisar o plano financeiro.

Como é do conhecimento de todos, o mundo dos negócios tem cada dia ficado mais complexo e concorrido, repleto de riscos e inúmeros desafios, essas barreiras levam o empreendedor a fazer um planejamento prévio, para que seu negócio seja um grande sucesso.

Não basta apenas ter o desejo de se tornar um empresário, o futuro empresário deve também estar atento a todas as cobranças de um mercado crescente e concorrido, pois devido à estabilidade da nossa moeda atualmente tem surgido muitos negócios e devido à inexperiência muitos empreendedores se frustram, pois não fazem um planejamento antes de realizar seus sonhos como empresários.

Com base nessas informações conclui-se que para o empreendedor ter maiores chances num mercado muito concorrido é de suma importância que ele faça um Plano de

Negócios, antes de iniciar qualquer empreendimento, pois essa ferramenta o conduzirá por todo um cenário de positivities e negatividades de uma possível instalação de um novo negócio ou mesmo na melhoria de um negócio já existente.

O trabalho está dividido em capítulos:

O primeiro trata do referencial teórico, abordando os conceitos de vários autores a respeito do surgimento do empreendedorismo, empreendedorismo, empreendedor, e o plano de negócio e sua estruturação;

O segundo aborda o sumário executivo, estuda a oportunidade e o negócio, dados do empreendimento, define a missão, visão, objetivos, e os dados do empreendedor e perfil;

O terceiro analisa o plano de marketing, estudando o mercado, tipos de produtos, identificando os clientes, concorrentes e fornecedores, estratégias promocionais, atendimento e análise Swot com seu plano de ação;

O quarto verifica o plano operacional, mostrando a localidade, layout da empresa, capacidade, processo comercial e dimensionamento de pessoal;

E, por fim, no quinto construiu o plano financeiro, que tratou dos assuntos sobre os investimentos, e indicadores de viabilidade financeira.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Surgimento do empreendedorismo

Segundo Dornelas que faz uma análise histórica do desenvolvimento da teoria do termo empreendedorismo:

O primeiro uso do termo empreendedorismo foi creditado a Marco Pólo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente, onde assinou um contrato com um homem que possui dinheiro para vender as mercadorias deste. O capitalista era alguém que assumia os riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo riscos físicos e emocionais.

Na Idade Média, este termo era usado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Onde o indivíduo não assumia grandes riscos, apenas gerenciava os projetos, utilizando recursos disponíveis, provenientes do governo do país.

Século XVII, a relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreu nessa época, onde o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos.

Século XVIII, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, empreendedor – significa aquele que assume riscos – e capitalista – aquele que fornece capital.

Séculos XIX e XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores, como aqueles que pagam empregados, organizam a empresa, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas nas organizações, mas sempre a serviço do capitalista. (DORNELAS, p.29)

Observa-se então que o conceito de empreendedorismo creditado a Marco Pólo na idade média revela-se como uma base às novas formas de comercialização e produção que apareceram na época. Nesta mesma linha, destaca Dornelas (2005, p. 28) que “o movimento empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE e softex foram criadas”. As quais surgiram com o intuito de fomentar a criação e a permanência de empresas no mercado desta forma garantir uma sobrevivência maior das mesmas.

1.2. Empreendedorismo

Conforme, Dolabela (1999) o termo empreendedorismo, originou-se do francês *entrepreneur*, que no século XII era utilizado para designar aquele que incentivava brigas. A partir do século XVIII, os economistas Cantillon, em 1755 e Jean-Baptiste Say, em 1803 passaram a denominar de empreendedor aquele que identificava oportunidades de negócios e

assumia riscos para realizá-los, sendo um fator de produção de riquezas, que inova e que era agente de mudanças. Outros autores, no entanto, procuravam conceituar os empreendedoristas baseando-se mais nos comportamentos do que nas ações decorrentes.

Dornelas (2005, p. 39) afirma que o “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Empreendedorismo envolve o processo de criar algo novo, que tenha valor e seja valorizado pelo mercado. Exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa transformar-se em realidade. Ele requer ousadia, assunção de riscos calculados e decisões críticas, além de tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos. (CHIAVENATO, 2005, p. 19)

Como se percebe o conceito de empreendedorismo pode ser demonstrado por vários autores. Onde os conceitos foram criados a partir da idade média.

Dolabela tratou o empreendedorismo como o empreendedor que identifica as oportunidades, assumindo os riscos. Dornelas o retrata como envolvimento de pessoas que transforma ideias em oportunidades.

“O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade.” (DOLABELA, 1999, p. 44)

E por fim Dornelas (2005, p. 39) retrata que “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.” Assim não basta apenas ter uma boa idéia e já colocá-la em prática, deve-se, antes de tudo analisar a viabilidade de implantação da mesma para que esta não seja uma frustração e sim uma porta para o sucesso.

Os conceitos mostrados são todos diferentes, assim como se rebuscar a literatura outros conceitos serão encontrados, entretanto, como visto nos conceitos aqui apresentados a conceituação estará trabalhando itens como inovação e criação e como forma de realização pessoal.

Empreendedorismo designa os estudos relativos ao empreendedor, perfil, origens, sistema de atividades e universo de atuação.

1.3. Empreendedor

Este tópico estará estudando o termo de empreendedor, onde Chiavenato (2005, p. 3) retrata que “O termo empreendedor – do francês *entrepreerur* – significa aquele que assume riscos e começa algo novo. O empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”

O empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que seu trabalho se confunde com o prazer. (DOLABELA, 1999, p.68)

“O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve persuadir a terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro” (DORNELAS, 2007, p.09)

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Além de energia e perseverança, uma grande dose de paixão é necessária para construir algo a partir do nada e continuar em frente, apesar de obstáculos, armadilhas e da solidão. O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, e entender que ela é produto do trabalho duro. Um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócios lucrativos. (DORNELAS, 2007, p.9)

Como podemos perceber Chiavenato retrata o empreendedor com o propósito de realizar um projeto pessoal. Dolabela o retrata como um trabalho misturado com o prazer. E Dornelas pensa que o empreendedor deve realizar sim seu projeto, mais fazer com que outras pessoas participem de seu sonho transformando-o em realidade.

O empreendedor é um ser otimista, o que não quer dizer sonhador ou iludido com o que o cerca, ele é aquele que acredita nas possibilidades e oportunidades que o mundo lhe oferece, acredita na possibilidade de solução dos problemas, e, além de tudo acredita também no seu potencial de desenvolvimento e da sociedade onde o mesmo está inserido.

Para se alcançar o sucesso em qualquer área que se atue é necessário ser alguém a frente, este alguém deve ser capaz de enfrentar todos os obstáculos impostos a ele. Assim, Chiavenato (2004, p.5) afirma que “o empreendedor é uma pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios financeiros e capacidade

de identificar oportunidades.” O autor refere que não basta apenas que o empreendedor saiba criar seu próprio empreendimento, ele deve também saber geri-lo e mantê-lo para que tenha retorno do seu investimento.

Existe um mito que diz que o espírito empreendedor não se adquire mais sim é algo que já nasce com o empreendedor, está no seu sangue. Já Bernardi (2003, p. 65), defende que: “existem várias circunstâncias que dão origem a um empreendimento e ao surgimento do empreendedor, que podem ou não se relacionar aos traços de personalidade”. Conclui-se então, de acordo com Bernardi, que os empreendedores possuem personalidades diferentes e, que, os mesmos podem desenvolver competências relacionadas ao que se escolhe fazer ou praticar.

O empreendedor acredita que sua realização depende de si mesmo e não de forças externas sobre as quais não tem controle. Ele se vê capaz de controlar a si mesmo e de influenciar o meio de tal modo que possa atingir seus objetivos. O conhecimento da área onde se pretende empreender é crucial para o efetivo sucesso do empreendimento.

Quando o empreendedor tem planos em iniciar um negócio, é fundamental que ele realize pesquisas para melhor administrá-lo, onde assim terá capacidade para assumir os riscos que possam ocorrer. Com isso, ele pode procurar novos recursos, novos caminhos, novas soluções, novo conceito econômico da região, para criar oportunidades para que o negocio implantado tenha crescimento.

Quanto mais domínio sobre o ramo de negócio escolhido para atuar, maiores serão as chances de sucesso. Uma vez que, o empreendedor já conhece a área de atuação maior será seu destaque no mercado.

Segundo Dolabela (1999, p.28) “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive. Se uma pessoa vive em um ambiente e que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o seu próprio negócio”.

Logo pode-se dizer que, o empreendedor surge da vontade de ser seu próprio patrão, da oportunidade de criar, de inovar, e, este se modela de acordo com o meio em que vive e sua própria vida ou criação vão incentivá-lo a ser um empreendedor e a ter o seu próprio negócio.

Assim todos os conceitos apresentados são diferentes, variam no que dizem. E isso dificulta criar rótulos para poder identificar o empreendedor. Mas em qualquer definição de empreendedor encontra-se pelo menos os seguintes aspectos referentes a eles, como: inovador, criativo, paixão pelo que faz, onde assumem riscos com possibilidade de fracassar na busca da realização de seus sonhos

1.3.1. Características do empreendedor

O empreendedor possui características marcantes que de acordo com Chiavenato (2004, p.16) são:

Iniciativa e busca de oportunidades; Perseverança; Comprometimento; Busca de qualidade e eficiência; Coragem para assumir riscos, mas calculados; Fixação de metas objetivas; Busca de informações; Planejamento e monitoração sistemáticos, isto é, detalhamento de planos e controles; Capacidade de persuasão e de estabelecer redes de contatos pessoais; Independência, autonomia e autocontrole. Tais características devem ser equilibradas, aplicadas com bom senso e, se possível distribuídas, para assim constituir um todo harmonioso. Não basta buscar oportunidades se o empreendedor não se aprofundar na tomada de informações. Também não adianta estabelecer metas objetivas se o empreendedor não for perseverante na sua conquista de nada vale ser independente e autoconfiante se o empreendedor não tiver profundo comprometimento emocional com seu negócio. O segredo é desenvolver todas essas características no seu conjunto, pois elas constituem a matéria-prima básica do homem de negócios, a essência do espírito empreendedor. (CHIAVENATO, 2005, p. 16)

Já Bernardi (2007) mostra as seguintes características que o empreendedor deve ter.

O empreendedor possui um perfil característico e típico de personalidade com: senso de oportunidade, dominância, agressividade e energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade de resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar, realização e relacionamento. (BERNARDI, 2007, p.9)

O empreendedor é quem dedica, realiza um trabalho satisfeito com maiores motivações, resolvendo os problemas, ou qualquer pendência. Ele chega aos objetivos traçados, com maiores sucessos. Onde aprende consigo mesmo, com pessoas a sua volta, com os erros, não se prendendo somente com coisas objetivas. Encarando os riscos de frente e vendo o fracasso como qualquer outro resultado.

Já Chiavenato (2005) caracteriza-o como:

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tanto financeiro com capacidade de identificar oportunidades. Transformando ideias em realidade, para benefício próprio e da comunidade. Por ter criatividade e energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, onde transforma uma simples ideia e mal estruturada em algo concreto e bem sucedido no mercado. O empreendedor é a essência da inovação no mundo. (CHIAVENATO, 2005, p.05)

E por fim Dorneles (2007, p.05), descreve as seguintes características dos empreendedores de sucesso:

São visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem seus próprios destinos; ficam ricos; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados; são organizados; planejam, planeja e planeja; possuem conhecimentos; assumem riscos calculados; criam valores para a sociedade.

Inovador e criativo, assim, podem ser denominados os empreendedores que se utilizam de ferramentas de pesquisa para estarem sempre à frente de seu tempo e, constantemente preparado para dar um passo em um universo desconhecido, porém promissor. Contudo, de acordo com Drucker (2003, p. 25) “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço”. Ainda segundo Drucker cabe ao empreendedor buscar as fontes de inovação, fazendo pesquisas e criando estratégias para que uma oportunidade seja inovadora e que através destas estratégias se obtenha o êxito.

O verdadeiro empreendedor deve estar atento a tudo que acontece ao seu redor sempre a par das novidades de sua área, e, nunca ser o último a se atualizar, pois o mercado é muito concorrido e quem chega primeiro com as novidades fica pronto pra próxima novidade.

Contudo, mesmo com as características descritas por Chiavenato, Dornelas, Drucker e Bernardi, o empreendedor deve refletir cada uma, verificá-las, procurando melhorar, sabendo dosá-las e integrá-las em um conjunto harmonioso no comportamento do empreendedor.

1.3.2. Perigos e riscos encontrados

Quando uma pessoa deseja abrir um negócio, ela poderá encontrar vários perigos e riscos. Onde Chiavenato (2005) afirma que para que se torne bem sucedido é necessário casar a oportunidade e o oportunista, realizando um planejamento seguro, para conseguir enfrentar todas as dificuldades e obstáculos. Evitando ou neutralizando as ameaça. Garantindo o máximo de sucesso e o mínimo de dores de cabeça.

Para Chiavenato (2005), vários perigos podem ser encontrados na abertura de um novo negócio e também há vários fatores que tornam um negócio bem sucedido, são eles:

Perigos encontrados na abertura de novos negócios:

- Não identificar qual será o novo negócio;
- Não reconhecer qual o tipo de cliente, e como tratá-lo adequadamente;
- Não saber escolher a forma legal de sociedade;
- Não planejar as necessidades financeiras;
- Errar na escolha do local;
- Não saber administrar o negócio;
- Desconhecer o mercado, concorrência, fornecedor.

Fatores que tornam um negócio bem sucedido:

- Oportunidades de negócios potenciais
- Fazer aquilo que gosta, desenvolvendo sua própria iniciativa;
- Espírito empreendedor adequadamente qualificado e motivado;
- Capital suficiente, sorte;
- Aplicar novos recursos e habilidades pessoais, em um ambiente desconhecido.
- Ter vontade de trabalhar duro;
- Habilidade de comunicação, relações interpessoais;
- Organizar o trabalho;
- Assumir responsabilidades e desafios, tomando decisões;
- Ter planejamento sólido e detalhado.

1.4. Plano de negócio

Ao tomar a decisão de criar um negócio é de suma importância que o empreendedor faça uma busca de recursos, um planejamento eficiente, dedicado à criação de uma futura e próspera empresa. Para isso é necessário a criação de um plano de negócio.

O plano de negócio – *business plan* – é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise de sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação. (CHIAVENATO, 2005, p. 128).

Dolabela (1999, p127) ressalta que “O plano de negócio, é a validação da idéia. A análise de sua viabilidade como negócio. Ele estimula a forma de percepção e apreensão da realidade utilizada pelo empreendedor real”.

É um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustentam a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento. E ainda permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio. (DORNELAS, 2005, p.98)

De acordo com Dornelas (2005, p.99), “O plano de negócio atende objetivos básicos relacionados aos negócios, como: testar a viabilidade de um negócio, desenvolver operações e estratégias, atrair recursos financeiros, transmitir credibilidade e, desenvolver equipe de gestão”.

Assim podemos definir plano de negocio como sendo uma ferramenta que pode ser usada tanto para abertura de novos empreendimentos, quanto para manutenção de empresas já existentes, e, desta forma manter sempre atualizado o negócio.

Bernardi (2007, p.109), define plano negócio da seguinte forma:

Um plano de negócios é sempre um projeto específico, desenvolvido para produzir determinados resultados. Desenvolver um plano de negócio envolve cinco etapas distintas: ideia e concepção do negócio, coleta e preparação de dados, análise dos dados, montagem do plano e avaliação do plano.

O plano de negocio é o ponto de partida de um empreendimento, pois é através de sua análise que será detectada a viabilidade ou não da implantação de um futuro negocio.

A realização do plano de negócio não elimina possíveis erros, mas, ajuda a enfrentá-los. Ao passo que reúnem dados e informações de uma ideia para que se possa analisar a viabilidade de sua implantação.

De acordo com Dolabela o plano de negócio é:

Uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou o que pretende ser uma empresa. Esta é a avaliação da ideia, a análise de sua viabilidade como negócio. Ele emula forma de percepção e apreensão da realidade utilizada pelo empreendedor. (DOLABELA, 1999, p.127)

Degen (1989, p.177), define plano de negocio como:

A formalização das ideias, da oportunidade, do conceito, dos riscos, das experiências similares, das medidas para minimizá-los, das respostas aos pré-requisitos, da estratégia competitiva, bem como, do plano de marketing, de vendas, operacional e financeiro para viabilizar o novo negócio.

Muitos, se quer, dão a mínima importância aos estudos ligados ao empreendedorismo, este fator é, segundo literaturas disponíveis, a principal causa da mortalidade precoce da maioria das empresas, se todos os que almejam ser seu próprio patrão fizesse um estudo e elaborasse uma estratégia não somente positiva, mas também com as negatividades de um futuro empreendimento teríamos uma taxa de mortalidade empresarial bem reduzida ou até inexistente.

Para ser bem-sucedido, o empreendedor precisa planejar o seu negócio. Improvisar jamais. Saltar no escuro não é exatamente uma boa pedida. Planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colada em prática e quais os objetivos que se pretendem alcançar. Visa proporcionar condições racionais para que a

empresa seja organizada e dirigida com base em certas hipóteses a respeito da realidade atual e futura. (CHIAVENATO, 2005, p. 127)

Portanto o plano de negócio pode-se resumir em uma concretização de ideias e desejos, sendo estes transformados em planos e estratégias, seguindo um planejamento para seu efetivo êxito. Sendo o ponto de partida do empreendimento, com ele, o empreendedor tem como simular um planejamento, os meios necessários para atingir os objetivos, ter controle e analisar os riscos e oportunidades que irão encontrar na abertura do empreendimento. Podendo realizar mudanças ou abandonar a ideia. Sendo muito mais fácil modificar o projeto no papel, do que se a empresa estiver em funcionamento.

1.4.1. Estruturação

Vários autores definem a estruturação do plano de negócio. Com isso há variações na estrutura. Tendo o contexto geral, finalidades em comuns, mudando às vezes a forma e a sequência do mesmo.

Assim Bernardi (2007, p.159), apresenta a seguinte estrutura.

Capa e índice: é a parte mais visível, apresentam todos os itens, a embalagem, devendo conter logo, nome da empresa, endereço, telefone, e outros.

Sumário: contém o título de cada seção do plano de negócio a página, os principais assuntos relacionados.

Conceito do negócio (sumário executivo): sendo uma síntese do projeto, descrições sintéticas, natureza do negócio, ramo, produto ou serviço, visão, missão, objetivo, localização, aspectos legais e tributários, forma de operação, clientes, sendo uma abordagem que parte do geral para o específico.

Plano de marketing: analisa o ramo de atividade, tanto no aspecto estratégico como no tático, sendo o mercado, concorrentes, clientes, fornecedores, estratégias promocionais, atendimento ao cliente, análise *swot*¹.

Plano operacional: fatores de operação necessários à produção de determinado bem ou serviço. Localização, *layout*², prestação de serviço ou produto, capacidade de serviço ou produto, dimensionamento de pessoal.

Plano financeiro: são demonstradas as avaliações financeiras para analisar a viabilidade do negócio, capacidade de liquidez e forma de capitalização do empreendimento.

Anexos: incluem currículos dos executivos, cópias de contratos, patentes, conclusões, pesquisas, e etc.

¹ é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usado como base para gestão e planejamento estratégico de uma corporação ou empresa, mas podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário

² é um esboço mostrando a distribuição física, tamanhos e pesos de elementos como texto, gráficos ou figuras num determinado espaço. Pode ser apenas formas rabiscadas numa folha para depois realizar o projeto ou pode ser o projeto em fase de desenvolvimento

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1. A oportunidade

Preocupado com a falta de um ambiente gastronômico voltado para o público familiar da cidade de Carmo do Rio Verde, o empreendedor se manteve ocupado pensando o que fazer para satisfazer tal necessidade. Surgindo assim a ideia de abrir uma pizzaria, onde a população de Carmo do Rio Verde merece um ambiente diferenciado não só para realizar refeições, mas também que tenham um local agradável e familiar que seja como um ponto de encontro para bate-papos e descontração para todos os níveis.

A ideia aliada ao sonho da abertura de um próprio negócio, o empreendedor foi impulsionado a escrever este plano de negócio, a fim de estruturar os pensamentos e analisar a viabilidade da implantação da empresa.

Os empreendedores buscam criar sua empresa de pizzaria com a venda de diversos produtos alimentícios. Como as pessoas procuram ambiente de descontração, voltado para a família, e a cidade não possui empreendimento que atende todas as necessidades dos clientes, o mercado na cidade de Carmo do Rio Verde está em alta, sendo o mercado com maior potencial a alimentação fora do lar.

Os clientes da empresa são de todas as classes, onde eles têm a necessidade de ambientes aconchegantes, com os produtos de qualidade, agilidade, bom atendimento, e outros. Com isso a empresa irá buscar satisfazer todas as necessidades dos clientes, tendo os produtos de melhor qualidade e diferenciados, saborosos, com um atendimento diferenciado, rapidez e agilidade e ambiente familiar.

Os preços dos produtos disponibilizados pela empresa serão acessíveis, melhores do que os concorrentes, onde os clientes estão dispostos a pagar pelo produto.

2.2. O negócio

Donnatello's pizzaria será um micro-empreendimento comercial, oferecendo produtos variados à população. Sendo um ambiente único e bem diferenciado, onde o cliente será de fato levado a sério, um ambiente voltado ao público familiar que gosta de variar o cardápio de casa e que procura um lugar para levar a família sem ter anseios de encontrar por lá um ambiente inóspito como o que é de costume em bares.

Os produtos serão diferenciados das demais casas do ramo, no espaço haverá também *happy hour* preferencialmente nos finais de semana com *shows* ao vivo para os clientes, criando assim, um ambiente diferente para se descontraírem, haja vista que a cidade de Carmo do Rio Verde, hoje, não conta com um ambiente com estes diferenciais.

A empresa irá trabalhar com uma margem lucrativa mais baixa de início, algo em torno de 30%, para que desta forma possa ganhar logo a fidelidade e credibilidade dos clientes, que permitirá à empresa ser mais competitiva, e, promissora no ramo em que atuará.

A empresa entrará em funcionamento em meados do segundo semestre de 2010, terá a disposição inicialmente uma área de 200m², espaço este com capacidade de aumento para 400m², caso necessário, em primeira estância o empreendimento visa atender a uma crescente demanda por ambientes agradáveis com boa comida, desta forma a Donnatello's Pizzaria virá para satisfazer a esta demanda.

De acordo com levantamentos e orçamentos realizados será necessário um capital inicial de aproximadamente de R\$ 30.471,70, investimento este incluindo um pequeno estoque, pois se pretende trabalhar com um estoque reduzido para evitar perdas de insumos, que, na sua maioria são perecíveis, e também incluindo o imobilizado e o pré-operacional.

Donnatello's pizzaria será localizada na Av. João Marinho de Souza nº 175, setor Vila Reis, Carmo do Rio Verde-Go. A escolha deste ponto se deu, devido à proximidade do público alvo, com grande circulação de pedestres, ciclistas e de veículos automotores, a região conta também com uma infra-estrutura completa (asfalto, água, rede elétrica, telefone e outros), próximo também a escolas, igrejas, campo de futebol e praças.

O empreendimento enquadra-se na forma jurídica de sociedade limitada, como micro-empreendimento, no Regime Super Simples

2.2.1. Dados do Empreendimento

A MJ. Alimentos ME, escolheu esta denominação social, fazendo menção aos nomes dos proprietários Marcio Michael e Jefferson e também por trabalhar com alimentos, e terá como nome fantasia **Donnatello's pizzaria**, por ser um nome forte e que irá causar certa curiosidade nos consumidores em potencial.

A empresa terá como slogan: **Donnatello's pizzaria o ponto da família**. A forma jurídica será sociedade limitada, ou seja, serão duas pessoas responsáveis pela empresa. A empresa será optante do Simples Nacional regime este destinado a micro e pequenas empresas.

2.2.2. Capital Social

O capital social será dividido em duas partes iguais, ou seja, como serão dois empreendedores, cada uma das partes entrará com 50%, formando 100% do empreendimento.

Sedo assim o capital social será estabelecido da seguinte forma:

Nome do sócio	Parte de capital (R\$)	(%) de participação
Marcio Michael	15.235,85	50%
Jefferson Nunes	15.235,85	50%

Quadro 1- Capital Social

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

2.2.3. Missão

A Donnatello's pizzaria será uma empresa criada para oferecer alimentos e descontração de uma forma diferenciada para pessoas que gostam de variar o seu cardápio e ao mesmo tempo se descontraírem.

A missão da empresa será servir as melhores pizzas e sorvetes com rapidez, qualidade e simpatia, mantendo um ambiente agradável para clientes e colaboradores com a máxima excelência no atendimento.

Com esta missão pretenderá atender aos anseios do público alvo, com responsabilidade, qualidade, garantindo a satisfação dos mesmos e atingindo um maior número de clientes a cada dia. Preocupando também com os materiais biodegradáveis, onde a empresa procurará evitar o uso de produtos descartáveis plásticos ajudando a proteger o meio ambiente.

2.2.4. Visão

A visão da empresa será servir aos clientes que fazem suas refeições em ambientes diferenciados e familiar com um ambiente prazeroso e agradável. Sendo um local de referência em lanches e entretenimento na região, oferecendo um espaço diferenciado para encontros de amigos e diversão dos frequentadores.

A visão escolhida visa no futuro, ser a maior referência na mente dos consumidores na cidade de Carmo do Rio verde – GO. Sendo justificada sua escolha, o futuro que a empresa deseja atingir.

2.2.5. Objetivos

Curto prazo:

- Atender a população de Carmo do Rio Verde e região.
- Criar um ambiente prazeroso e familiar.
- No máximo seis meses, tornar um ponto de referencia na cidade no ramo gastronômico e de entretenimento.

Médio prazo:

- Dentro de um ano ganhar fidelidade de clientes
- Buscar sempre inovação.

Longo prazo:

- Dentro de um ano e meio ser a melhor lanchonete/pizzaria da cidade em se tratando de lanchonete e entretenimento, não perdendo a identidade familiar.
- Continuar o crescimento sempre inovando para garantir a fixação e liderança do mercado.



2.3. Perfil dos empreendedores

Márcio Michael Lisboa Alcântara, brasileiro, solteiro, residente na cidade de Carmo do Rio Verde, acadêmico de administração cursando o 8º período na Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – GO.

Tem como experiência no ramo empresarial, a administração de uma confecção na cidade de Goiânia, onde a mesma funcionou por oito anos, o encerramento desta atividade foi para a abertura de um novo empreendimento, uma loja de calçados na cidade de Carmo do Rio Verde. E tem muitas ambições em se tratando de novos empreendimentos, pois gosta de estar sempre inovando.

Jefferson Nunes, brasileiro, solteiro, residente na cidade de Carmo do Rio Verde, acadêmico de farmácia, cursando o 4º período.

Tem boa experiência no ramo comercial por trabalhar no comércio local a mais de três anos, com muito desejo de crescimento.

3. PLANO DE MARKETING

3.1. Mercado

De acordo com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas - 2009), ao contrário do que algumas pessoas imaginam, os italianos não foram os criadores da pizza. O conceito de pizza surgiu há cerca de 6 mil anos. Consistia em uma fina camada de massa conhecida como “pão de Abrahão” que os hebreus e egípcios consumiam. A massa se assemelhava ao pão sírio atual e era chamada de “piscea”, nome que originou “pizza”. Os italianos, milhares de anos depois, incrementaram a pizza com o tomate, e ela era consumida dobrada ao meio como se fosse um sanduíche. Durante muito tempo foi vendida em padarias e barracas de rua e consumida no café da manhã. A pizza chegou ao Brasil, trazida pelos imigrantes italianos. No início era comum encontrá-las somente nos redutos e colônias italianas. Hoje as pizzarias estão espalhadas por todo país e em diversos formatos. Existe desde a pizzaria da esquina que vende fatias a pizzaria sofisticada, em região nobre, que oferece uma diversidade maior de massas com ingredientes nobres.

Ainda de acordo com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas - 2009), no Brasil, o mercado de pessoas que se alimentam fora de casa é crescente. O setor de alimentação fora do lar é responsável por um milhão de empreendimentos, que geram emprego e renda para aproximadamente seis milhões de pessoas. O segmento de Pizzarias é responsável somente em São Paulo, por seis mil pizzarias. Outros seis mil estabelecimentos, como padarias e lanchonetes, também produzem e vendem pizzas. Doze mil pizzaiolos, sessenta mil entregadores motorizados, e cerca de cem mil pessoas são empregadas pela cadeia de produção da tradicional iguaria para atender um consumo de um milhão de pizzas por dia na cidade de São Paulo. Trata-se de um mercado em expansão e bastante pulverizado, que movimentava R\$ 18 bilhões no Brasil. Existem 32.600 pizzarias em funcionamento gerando 340 mil empregos ao ano.

Quanto ao sorvete, a Associação Brasileira das Indústrias de Sorvetes – ABIS (2009) fez um levantamento, e, constatou-se que, no período do Verão, entre setembro e março, a ingestão de sorvete representa aproximadamente 70% do total comercializado durante o ano, desde picolés e *softs* a sorvetes de massa. O ano de 2009 representou um aumento de 3% nas vendas, ilustrando, assim, que o mercado tem feito a ampliação de variedades, bem como melhorado a tecnologia e mão-de-obra empregadas na produção.

De acordo com estudos realizados pela ABIS (2009), o brasileiro consome 4,7 litros de sorvete por ano, aproximadamente 30% do visto em países mais frios, como a Dinamarca e a Finlândia. Isto porque, existe uma diferença cultural, pois nas duas nações citadas neste parágrafo, o consumo no inverno é feito normalmente, diferentemente do visto no Brasil, quando se acredita que tomar sorvete nessa época faz mal.

Os pontos fortes dos produtos serão a diversidade de sabores, este motivará o cliente a ter que voltar novamente para degustar outros sabores, pois devido à variedade será despertado um desejo de conhecer a todos, desta forma o cliente sentirá a necessidade de retornar o mais breve possível para saborear outros sabores que serão cerca de vinte a trinta diferentes opções.

O principal ponto fraco será a introdução destes produtos, pois, por se tratar de produtos diferentes existirá um pouco de resistência quanto à aceitação, porém até que o produto caia no gosto dos clientes pretende-se trabalhar com outros produtos como cremes, sucos e cappuccino gelado, e, desta forma conquistar clientes com esses sabores.

3.2. Descrição dos Principais Serviços

A Donnatello's pizzaria preocupada em oferecer um ambiente agradável, descontraído para um público exigente, irá oferecer os produtos com maior diversificação, qualidade, profissionalismo, agilidade e outros.

Os produtos oferecidos serão: pizzas de variados sabores, bebidas (cervejas, vinhos, sucos, cremes, água mineral e outros), diversos tipos de sorvetes, porções, caldos de frango.

Para satisfazer os clientes lançará constantemente novos sabores de sorvetes e pizzas com alta qualidade e diversificação. Sendo um empreendimento de destaque na região.

A empresa irá oferecer um ambiente único e bem diferenciado, voltado ao público familiar que gosta de variar o cardápio de casa e que procura um lugar para levar a família sem ter anseios de encontrar por lá um ambiente inóspito como o que é de costume em bares.

Os produtos serão diferenciados das demais casas do ramo, no espaço haverá também *happy hour*, preferencialmente nos finais de semana com *shows* ao vivo para os clientes, criando assim um ambiente diferente para se descontraír.

3.3. Preço

Em relação a este item muitos dos produtos que a empresa irá colocar a disposição dos clientes não existem ainda na cidade, desta forma não haverá muita dificuldade em se colocar um preço com retorno viável, a ideia será praticar um preço diferenciado para atrair a clientela e não deixar de lado também a boa e velha promoção, principalmente na inauguração que será a entrada no mercado.

O preço será formado observando-se os custos e mais uma margem de lucro capaz de suportar o pagamento das despesas operacionais, tributos e ainda gerar lucro para o empreendimento.

3.4. Praça

Devido à crescente demanda por ambientes diferenciados para se frequentar, e levar a família onde possa fazer um bom lanche, agradável e saboroso sem ter que desembolsar muito. Para se obter tudo isso, a cidade de Carmo do Rio Verde estará de acordo com as exigências dos empreendedores e clientes para as futuras instalações da Donnatello's pizzaria.

O município está passando por um crescimento comercial e populacional acelerado devido às empresas que vêm se instalando no mesmo, estas empresas estão atraindo pessoas de outras localidades, que, têm vindo com suas famílias, para morar na cidade de Carmo do Rio Verde, e observando isto o bom empreendedor não pode deixar passar em branco uma oportunidade que bate à porta.

3.5. Estudo dos clientes

Os clientes do empreendimento são a maioria das classes B, C D, e E, sendo o público masculino ou feminino, com faixa etária desde crianças até adultos. Pois se trata de um produto leve e que não tem restrições alimentares, a maioria dos clientes em potencial serão de funcionários públicos, professores e alunos, estes possuem uma renda entre 1 (um) e 4 (quatro) salários mínimos, ou seja, são clientes com um poder aquisitivo à altura do necessário para freqüentarem uma pizzaria.

No universo de clientes potenciais, encontra-se o público-alvo da Donnatello's pizzaria, que será aquele consumidor exigente, que tem o hábito de consumo e aprecia um bom lanche, mas que esse lanche seja simples, rápido e ao mesmo tempo sofisticado e

saboroso. O cliente busca ainda o bem-estar, a qualidade, o bom atendimento, além, é claro, do sabor, do aroma, bom ambiente, pois quer se sentir à vontade, aconchegante e confortável

A Donnatello's Pizzaria visa trabalhar em Carmo do Rio Verde, porém pretende-se também atender a clientes de cidades próximas como Uruana, São Patrício, Ceres, Rubiataba e Rialma, observa-se que para satisfazer seus desejos o cliente é capaz de se deslocar de uma cidade a outra, haja vista que as cidades supracitadas não ficam muito distantes de Carmo do Rio Verde, tornando assim de fácil deslocamento.

A forma de pagamento pode ser feita a vista, no cheque ou cartão de crédito.

Segue a apresentação de alguns gráficos de dados significativos que servirão de parâmetro para o desenvolvimento do projeto de instalação da Donnatello's pizzaria, a pesquisa foi realizada no dia 25/09/2010, foram entrevistadas 40 (quarenta) pessoas aleatoriamente:

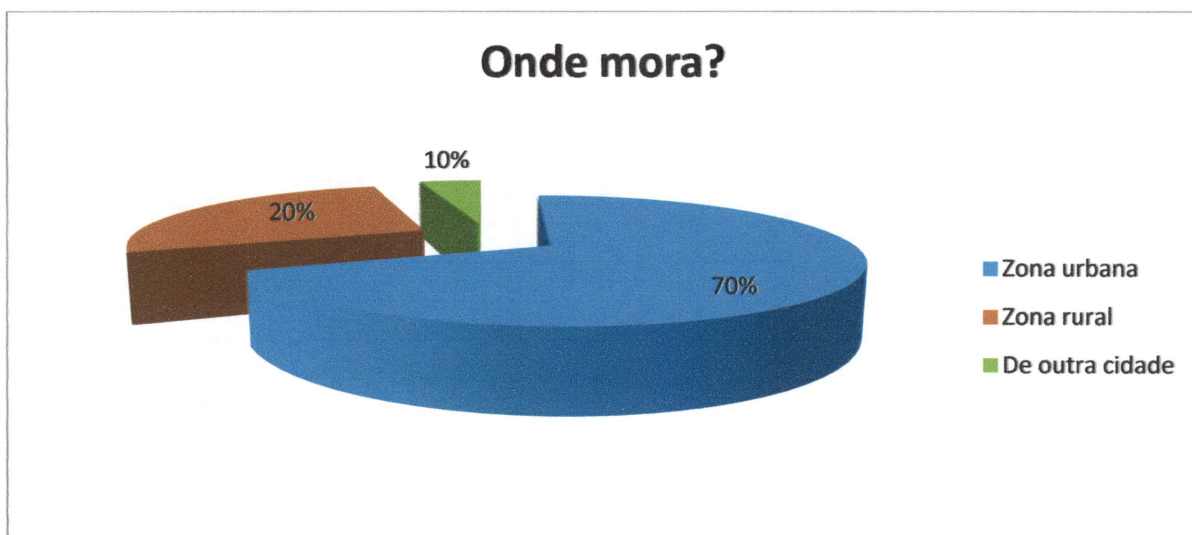


Gráfico 1 - Onde mora?

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Observa-se no gráfico acima, que, a maioria dos entrevistados moram zona urbana (Carmo do Rio Verde) 70%, e que, 20% moram zona rural, e os outros 10% são de outras cidades. Com essas informações o empreendedor pode fazer uma análise de público a ser atendido, sendo que a cidade de Carmo do Rio Verde será destaque para a realização das estratégias promocionais não deixando de focar também cidades vizinhas.

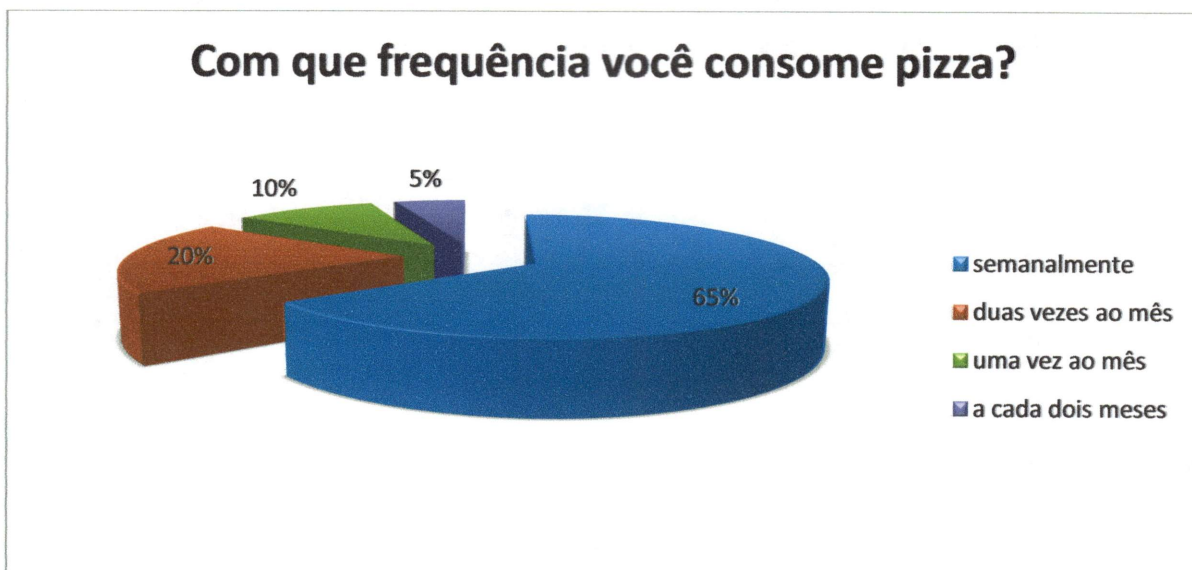


Gráfico 2 - Frequência que consomem pizza
 Fonte: pesquisa realizada em Carmo do Rio Verde, 2010.

O gráfico acima mostra que 65% dos entrevistados costumam comer pizza semanalmente e que 20% consomem pizza duas vezes ao mês e que 10% só comem pizza uma vez ao mês e que somente 5% comem pizza a cada dois meses. Significa o que a empresa pode ter de clientes mensalmente, sendo utilizada na capacidade e processo comercial.

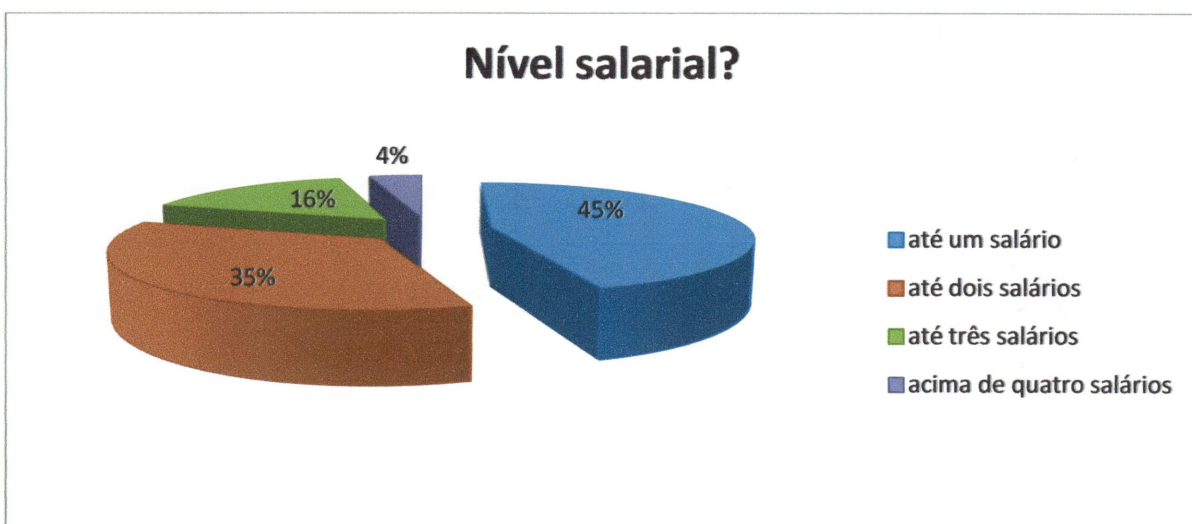


Gráfico 3 - Nível salarial
 Fonte: pesquisa realizada em Carmo do Rio Verde, 2010.

De acordo com o gráfico, 45% dos entrevistados têm remuneração de até um salário mínimo, 35% ganham até dois salários, 16% ganham até três salários e 4% dos entrevistados têm remuneração acima de quatro salários. Sendo utilizada para analisar qual o tipo de cliente que a empresa irá ter.

Com a análise dos gráficos a empresa pode ter uma ideia de um possível público, quantos serão os clientes, qual a sua média salarial. Auxiliando a empresa a realizar um planejamento estratégico para prever o estoque, faturamento da empresa e outros.

3.6. Estudo dos concorrentes

Observa-se que não foi feita uma pesquisa junto aos concorrentes, com dados escritos, porém fora realizada uma pesquisa observacional, feita pelo próprio empreendedor, a partir desta, o empreendedor, como cliente verificou a necessidade da instalação de uma empresa voltada para este ramo, e que devido as suas próprias necessidades, o empreendedor concluiu que de fato era viável a implantação de um comércio com estas particularidades.

Os concorrentes diretos são quatro lanchonetes que já existem no mercado local, duas delas com mais de décadas no ramo, já as outras duas são mais recentes, porém ainda deixam a desejar no quesito inovação, como tudo que não se adapta acaba ficando para trás, isso está acontecendo com as lanchonetes de Carmo do Rio Verde que hoje sofrem por não terem se modernizado e se adaptado às necessidades dos clientes que a cada dia tem se mostrado mais exigentes, ou seja, a procura de novidades.

A principal concorrente será a lanchonete Ponto de Encontro por se tratar de um ambiente mais familiar e também evangélico, vale salientar que a cidade conta com um grande número de evangélicos, estes costumam se reunirem em grupos.

Não se pode deixar de mencionar os concorrentes externos, principalmente da cidade de Ceres, Uruana e Rialma, pois, devido à falta de opções e a deficiência em atendimento encontrado em Carmo do Rio Verde, muito dos clientes de Carmo do Rio Verde migraram para estas, com isso a empresa pretende trazer de volta para a cidade estes clientes perdidos, e atrair clientes de outras cidades.

No quadro abaixo um breve estudo dos concorrentes e uma previsão da empresa Donnatello's pizzaria:

Referente ao quadro 1:
00-corresponde a ruim;
01-corresponde a regular;
02-corresponde a bom;
03-corresponde a ótimo.

ESTUDO DOS CONCORRENTES							
	Qualidade	Preço	Cond. pagamento	Localização	Atendimento	Serv. clientes	Garantia
Ponto de encontro	02	01	02	03	01	01	02
Joaozinho	01	02	02	01	01	02	02
Marlon lanches	02	02	02	02	01	02	02
Beka's lanches	02	02	02	03	01	02	02
Concorrentes de Ceres	02	02	02	03	01	02	02

Quadro 2- estudo dos concorrentes

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

Analisando o quadro acima pode-se verificar que a Donnatello's pizzaria terá um grande potencial de competitividade em relação às outras empresas que já atuam no ramo, será uma empresa que priorizará a qualidade no serviços de atendimento e nos produtos diferenciados. Sendo diferencial em relação aos concorrentes existentes no mercado local sendo um forte atrativo para os clientes em potencial, que estão carentes de inovações.

Há espaço para todos no mercado, e a Donnatello's pizzaria não virá para fechar os concorrentes, mais sim para participar de uma fatia deste, algo entorno de 40%, deste mercado que está sendo perdido para outras cidades. A concorrência também deve ser vista como uma situação favorável, desde que esta concorrência seja sadia, pois, bons concorrentes servem como parâmetro de comparação e de parceria, além de ser uma fonte de estímulo à melhoria de todo o mercado. O concorrente não deve ser visto como uma ameaça, e, sim como uma oportunidade de crescimento.

Resumindo a empresa terá como diferencial para que tenha boas condições para competir em relação aos concorrentes são: produtos de qualidade e diferenciados, melhores condições de pagamento, profissionais capacitados, qualidade no atendimento, comodidades nas instalações, agilidade e outros. Garantindo a fidelidade dos clientes do empreendimento, e a confiança para que não procurem os concorrentes.

3.7. Estudo dos Fornecedores

Os fornecedores da Donnatello's pizzaria, foram escolhidos após cotações onde os que foram escolhidos se mostram com melhores preços e melhores condições destes alguns

serão de outros estados, porém com representantes e distribuidores na região que farão visitas constantes ou sempre que solicitados.

Inicialmente serão fornecedores da empresa: **Cervale:** que fornecerá cerveja, refrigerantes e água mineral, **Coca cola:** Que fornecerá refrigerantes da marca, sucos, energéticos e demais produtos da mesma, **Sorvemio:** que fornecerá sorvetes e picolés, já os frios e os outros componentes do recheio das pizzas serão comprados da **Ceres Frios** casa de frios na cidade de Ceres e do supermercado **Merca frutas** também em Ceres, pois foram feitas cotações e os preços estão iguais ou até melhores do que de outras cidades, mais sempre que possível as compras serão feitas em Goiânia, nas lojas de atacado, as embalagens serão compradas na **H-PLAST**.

Todos os fornecedores, distribuidores e representantes, possuem transporte próprio, podendo vir até a empresa sempre que solicitado, para a realização de pedidos e reposição de estoques.

ESTUDO DOS FORNECEDORES					
Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Entrega	Localização
Bebidas	Coca cola e Cervale	Líder de mercado	À vista	2 dias	Ceres
Sorvetes e picolés	Sorve mio	Melhor preço	15 Dias	2 dias	Goiânia
Mat. Limpeza	Merca Frutas	Melhor preço	À vista	Imediato	Ceres
Frios	Ceres Frios	Melhor preço	À vista	Imediato	Ceres
Ing. p/ massa	Merca Frutas	Melhor preço	À vista	Imediato	Ceres
Ing. p/ recheio	Merca Frutas	Melhor preço	À vista	Imediato	Ceres
Embalagem	H-PLAST	Melhor preço	Até 30 Dias	2 dias	Ceres

Quadro 3- estudo dos fornecedores

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

3.8. Estratégias Promocionais

Com a difícil missão de introduzir um novo produto no mercado a empresa contará com uma mídia diferenciada para colocar a empresa/produto ao gosto do cliente consumidor, pois, o cliente deverá estar sempre se lembrando da empresa/produto e não do concorrente.

Desta forma pretende-se trabalhar com divulgações em rádios, pois este meio atinge grande público, com panfletagem, em escolas, com vales desconto para alunos e professores,

e na participação em eventos não só na cidade, mas também em cidades vizinhas. O bom atendimento aliado a qualidade dos serviços e boa localização é uma receita de sucesso para a empresa. Clientes satisfeitos tendem a comentar com outras pessoas e não existe melhor propaganda que a tradicional “boca-a-boca”, barata e eficiente

Espera-se com essas ações alcançar uma boa fatia do mercado consumidor do município, algo entre 30 e 40% deste público que segundo IBGE (2009) era de 9.481 habitantes, e, também atrair clientes de outras cidades para conhecer os produtos servidos pela Donnatello's pizzaria.

Com as estratégias promocionais o empreendimento espera retornos como: aumento da clientela, crescimento financeiro, reconhecimento pela população, sendo a melhor da região.

3.9. Atendimento ao cliente: Vendas e Pós-vendas

A prestação dos serviços com a venda dos produtos será mediante a procura no estabelecimento, ou por meio de contatos telefônicos, (tele-entregas). Os clientes serão recebidos por pessoas capacitadas, garantindo qualidade.

As vendas do empreendimento dizem respeito à produtos de qualidade e diversificados, com agilidade e rapidez. Estas serão feitas através dos pedidos com os profissionais.

A estratégia utilizada pelo empreendimento será estar sempre atento aos preços da concorrência, oferecendo melhores preços e qualidade, assim vendendo o máximo possível de produtos, buscando bons retornos de lucros.

Com boa qualidade dos produtos oferecidos, ganha-se a satisfação das clientes, onde a imagem do empreendimento será o ponto forte e o diferencial entre os concorrentes.

No pós-venda a empresa realizará uma pesquisa de no máximo 3 perguntas para ouvir os clientes em relação a satisfação e sugestões, procurando solucionar os problemas colocados pelos clientes, garantindo a satisfação dos mesmos.

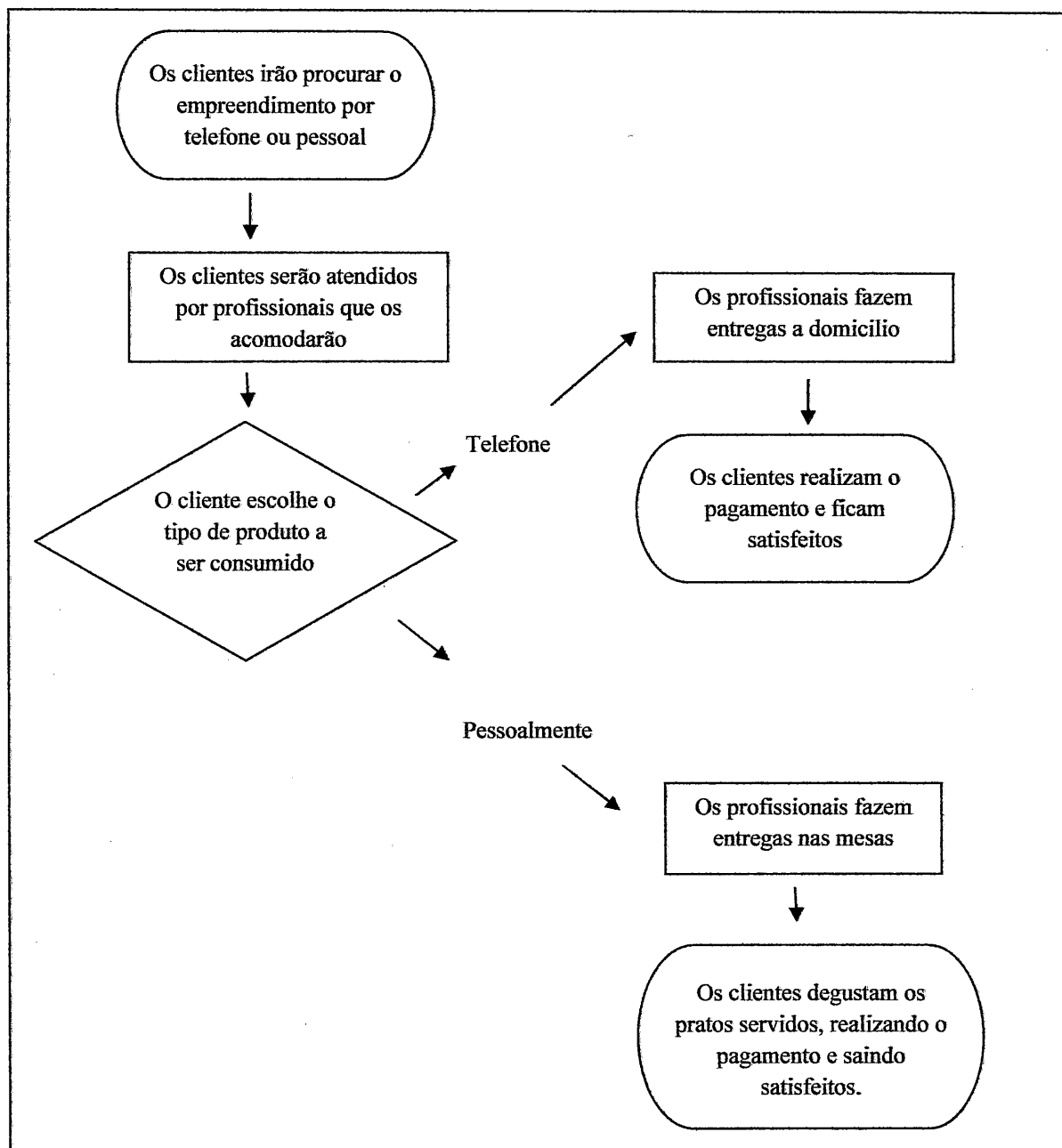


Figura 1: atendimento ao cliente

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

3.10. Análise Swot

Pontos fortes

- Qualidade dos produtos,
- Garantia de qualidade;
- O bom atendimento;

- Foco e variedade nos produtos;

A empresa irá realizar como plano de ação para os pontos fortes, procurar sempre melhorar os produtos e serviços, inovando sempre com novos sabores, fazendo com que os clientes aumentem o consumo e a sua satisfação. Estando sempre a par das inovações no ramo, e sempre, priorizando a diversificação dos produtos. Sendo realizado na empresa toda, Donnatello's pizzaria, justificado-se que com estas ações pretende-se fidelizar os clientes, pois todo cliente gosta e procura por novidades e inovações. Tendo como consequência o aumento das vendas, e conseqüentemente, crescimento da empresa; sendo realizado pelos sócios e funcionários constantemente.

Oportunidades

- Disponibilidade de produto em oferta,
- Pouca concorrência na cidade em relação à pizza;
- Bom atendimento seguido de boa demanda;

A empresa irá realizar como plano de ação para as oportunidades: sempre estar realizando reciclagem junto aos funcionários, priorizando o atendimento e a qualidade dos produtos, com realização de treinamentos elevando o nível profissional dos funcionários, sendo feito em cursos, seminários, e outros. Melhorando o contato com os clientes e aperfeiçoar a produção, poderá ser feito semestralmente.

Pontos fracos

- Introdução no mercado

Para o ponto fraco a empresa realizará como plano de ação: fazer uma campanha de introdução na praça, com anúncios em rádio, e treinamentos, sendo feito em toda cidade de Carmo do Rio Verde e região na inauguração da empresa. Com essa ação pretende-se atrair clientes para que a introdução da empresa seja um sucesso. Desta forma a empresa já entrará no páreo com boas chances de sucesso.

Ameaças

- Concorrência externa;
- O valor do produto no mercado.

Para as ameaças a empresa realizará como plano de ação: a empresa procurará ser melhor do que os concorrentes, conquistando a confiança dos clientes sempre confeccionando

o melhor produto, desta forma o seu valor não será um obstáculo. Sendo produzidos com profissionalismo, versatilidade e responsabilidade, produtos com qualidade e diversificação, atendimento diferenciado. Para realizar a ação, constitui no treinamento dos funcionários, para melhorar o atendimento, com uma maior estratégia das vendas, desenvolvendo o máximo de suas potencialidades, satisfazendo assim os clientes. Com esses serviços e produtos de qualidade, oferecendo um atendimento adequado, irá conquistar os clientes.

4. PLANO OPERACIONAL

4.1. Localização

A Donnatello's pizzaria será localizada na Av. João Marinho de Souza nº 175, setor Vila Reis, Carmo do Rio Verde-Go. Inicialmente havia dois pontos para escolher dentre eles qual seria o mais adequado para as futuras instalações da empresa, porém alguns fatores foram cruciais para a escolha deste que vamos trabalhar devido à proximidade do público alvo, com grande circulação de pedestres, ciclistas e de veículos automotores, a região conta também com uma infra-estrutura completa (asfalto, água, rede elétrica, telefone e outros), próximo também a escolas, igrejas, campo de futebol e praças.

O espaço a ser alugado, conta com 200m² ao todo, portanto o espaço se mostra adequado para as futuras instalações da Donnatello's Pizzaria,

O empreendimento será instalado em uma área que proporcione aos clientes uma maior comodidade, conforto, facilidade de acesso, qualidade e diversificação dos produtos oferecidos.

O imóvel será locado, sendo uma melhor opção para o empreendimento, devido à minimização de custos. Após a locação, o imóvel passará por uma reforma, pois no mesmo antes funcionava uma pizzaria assim sendo o local já está previamente preparado para receber a Donnatello's pizzaria.

Para a locação do imóvel, será realizado um contrato com o proprietário do imóvel, firmado a proprietária. De início o contrato será de 2 (dois) anos, podendo ser prorrogado, conforme as cláusulas firmadas. O valor da locação poderá sofrer reajustes anuais, segundo mudanças salariais. O valor do aluguel será de R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais). O contrato será registrado em Cartório de Registro Civil na cidade de Carmo do Rio Verde, sendo lavrado com duas testemunhas e em duas vias de igual teor.

O imóvel será vistoriado pelos órgãos públicos da cidade, onde não há nenhuma irregularidade, sem multas e atrasos em IPTU, estando legalizado para a abertura do empreendimento.

Em relação aos vizinhos, acredita-se que não haverá problemas, devido o empreendimento estar próximo a outros centros comerciais.

Nota-se que o local escolhido atende a todos os requisitos impostos pelo empreendimento, e pela prefeitura, não havendo impedimento para a implantação da mesma.

4.2. Layout

01-FREEZER, 02-GELADEIRA, 03- FORNO, 04-PRATELEIRA, 05-BALCÃO,
06-CAIXA, 07-MESAS/CADEIRAS, 08-TV, 09-BALCÃO DE GRANITO, 10-BALANÇA

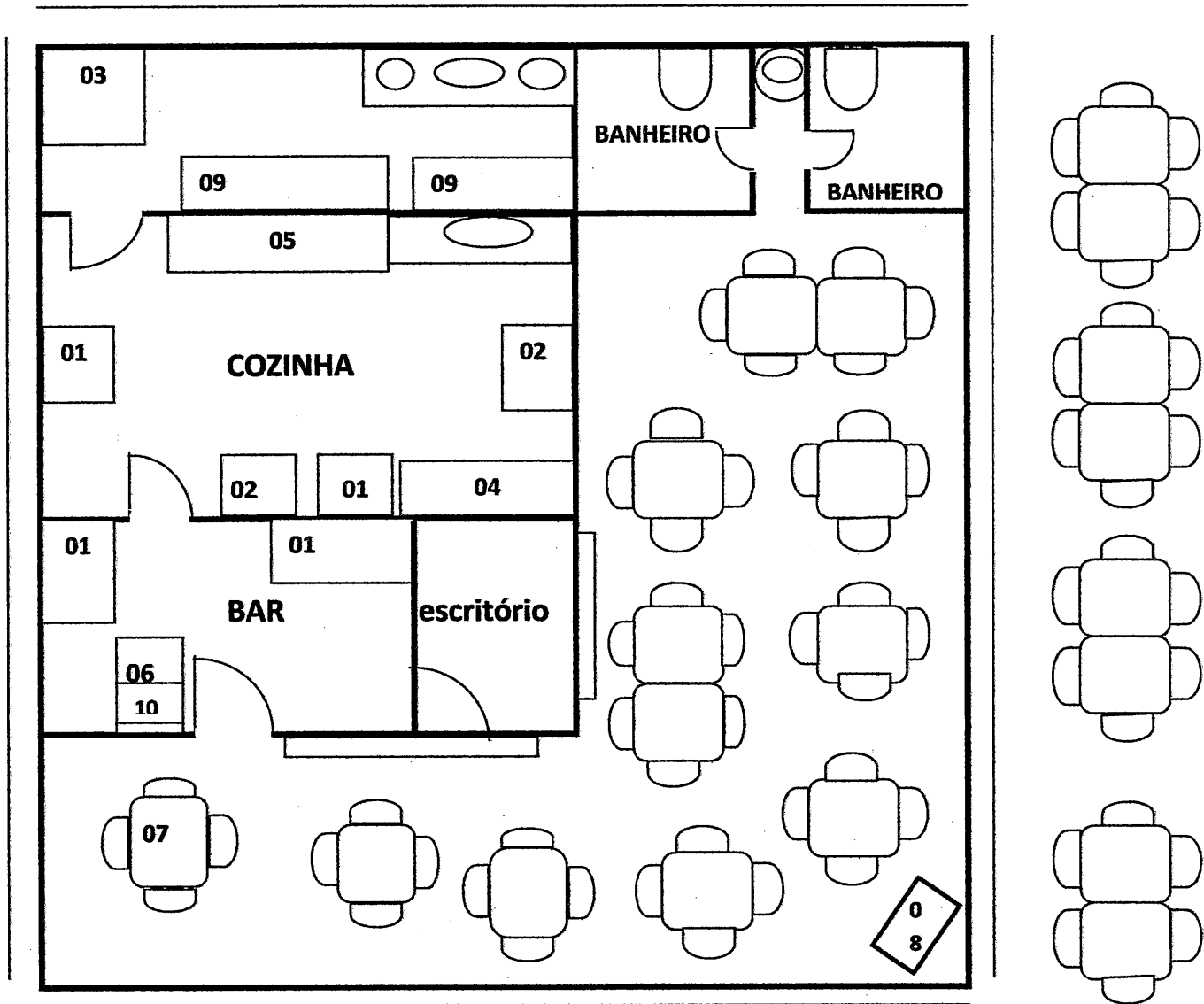


Figura 2:layout

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

O espaço da empresa será de 200m² ao todo. Divididos em: cozinha, bar, escritório, banheiros e espaço para receber os clientes.

A cozinha será destinada à preparação dos alimentos. Bar destinado a bebidas. Escritório para a parte administrativa e financeira e espaço para receber os clientes. Todo o ambiente será limpo, confortável e agradável.

4.3. Capacidade comercial

A empresa contará inicialmente com seis pessoas distribuídas no processo, e, caso haja necessidade serão realizadas contratações para suprir as necessidades. Duas pessoas serão responsáveis pela confecção das pizzas, creme e sucos, também encarregado da lavagem de copos e pratos sujos, serão mais duas pessoas encarregadas da recepção e atendimento de clientes, e duas pessoas, os sócios, responsáveis pela administração e atendimento

A Donnatello's Pizzaria contará com um forno a gás com capacidade para assar até oito pizzas ao mesmo tempo, sendo que cada pizza leva cerca de quinze minutos do pedido até ser servida na mesa do cliente, a preparação das pizzas será realizada por duas pessoas, portanto tem-se potencial para produzir até (70) setenta pizzas de tamanhos variados desde a pizza brotinho até a pizza família, a massa será preparada no dia ou um dia antes de ser consumida para que não perca a qualidade e seja consumida mais fresca.

A capacidade de atendimento diários dos clientes será estabelecida, através da quantidade de clientes.

Os preços serão de acordo com os tipos de produtos consumidos.

4.4. Processo comercial

A empresa funcionará todos os dias, das 19h às 23h30min, claro que dependendo da demanda isto poderá ser alterado.

O processo de comercialização se iniciará através do contato com os clientes quando chegarem ao estabelecimento, sendo recebido por um profissional (garçom), oferecendo local para sentar e o cardápio, o cliente fará o pedido, o produto será confeccionado e servido. Após o cliente realizará o pagamento dos produtos consumidos e sairá satisfeito.

Ou o cliente ligará no estabelecimento e realizará o pedido, o qual o funcionário ira entregar em domicílio.

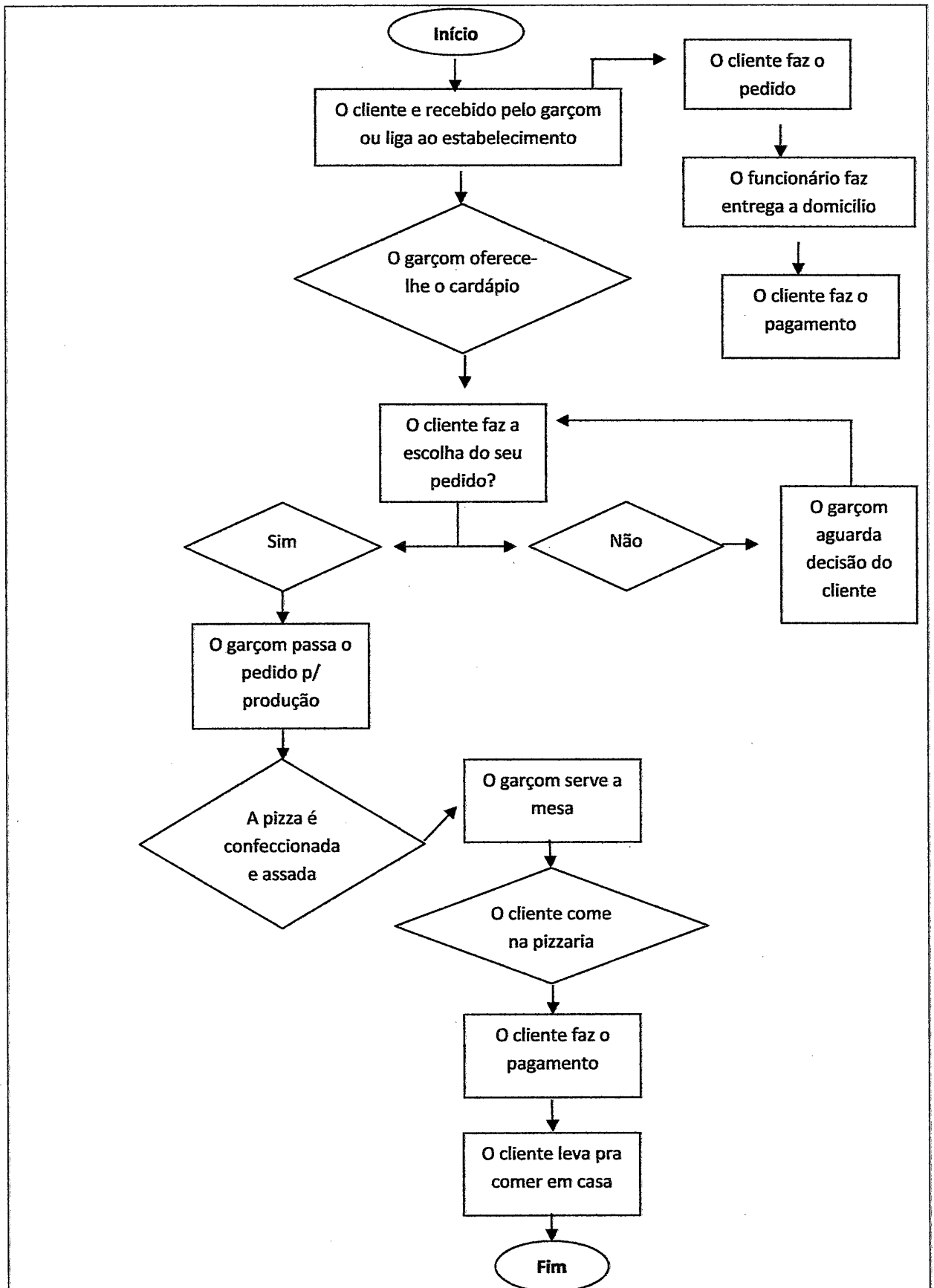


Figura 3: processo comercial

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

4.5. Dimensionamento de pessoal



Figura 4: dimensionamento de pessoal

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

Conforme o organograma acima os dois sócios se responsabilizarão pela administração e atendimento, os Sr. Rildo e o Sr. Rodolfo ficarão encarregados de atender e servir as mesas (garçons), a Sra. Maria e a Sra. Silvia ficarão responsáveis pela confecção das pizzas, sucos e cremes. Como o empreendimento é de pequeno porte a equipe de funcionários é pequena, podendo sofrer alterações dependendo da demanda.

A política de recrutamento e seleção dos mesmos se deu através de propostas feitas aos mesmos para o trabalho.

A remuneração dos colaboradores se dará de acordo com o salário de mercado, com possibilidades de benefícios e horas extras, os colaboradores serão submetidos a treinamento tanto na área operacional como na área de vendas, assim todos poderão realizar suas funções satisfatoriamente.

Para a aquisição de conhecimentos, os sócios realizarão treinamentos junto ao SEBRAE, seminários, congressos, cursos, sobre administração. Mantendo-se sempre atualizados e sintonizados com as tendências do setor.

Cargo	Pró-labore	Encargos Sociais				Encargos trabalhistas		Total
		INSS	FGTS	Férias	1/3 Férias	13º Salário	Aviso Prévio	
Sócios	2.000,00	220,00	X	X	X	X	X	2.200,00
Garçom	700,00	Simples	56,00	58,33	18,67	58,33	58,33	949,66
Produção	800,00	Simples	64,00	66,67	21,33	66,67	66,67	1.085,33

Quadro 4: dimensionamento de Pessoal

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5. PLANO FINANCEIRO

5.1. Estimativa de investimentos fixos

Para que a empresa inicie seu funcionamento será necessária a aquisição de alguns bens. A tabela a seguir mostra a descrição de cada um deles, quantidade, valor unitário e valor total.

Investimentos fixos			
Descrição	Quantidade	Valor unitário R\$	Valor total R\$
Geladeira	02	600,00	1.200,00
Freezer	02	900,00	1.800,00
Extrator de sucos	01	250,00	250,00
Liquidificador industrial	01	300,00	300,00
Forno	01	1.500,00	1.500,00
Cilindro	01	150,00	150,00
Liquidificador doméstico	01	60,00	60,00
Balança	01	500,00	500,00
Jogo de mesa	20	130,00	2.600,00
Cadeira infantil	05	70,00	350,00
Balcão caixa	01	200,00	200,00
Talheres	200	4,00	800,00
Pratos	100	2,50	250,00
Espátulas	20	9,99	199,80
Balcão para mantimentos	01	400,00	400,00
Prateleiras	02	200,00	400,00
Mesa para abrir massa	01	540,00	540,00
Rolo de abrir massa	02	15,00	30,00
Forros de mesa	40	15,00	600,00
Bandejas de madeira	20	30,00	600,00
Porta guardanapos/canudo	20	20,00	400,00
Formas	30	10,00	300,00
Computador	01	1.100,00	1.100,00
Telefone	01	80,00	80,00
Mesa para escritório	01	200,00	200,00
Moto	01	4.000,00	4.000,00
TOTAL			18.809,80

Quadro 5: estimativa de investimento fixo

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.2. Estimativa dos Investimentos Financeiros

Estima-se um investimento de aproximadamente R\$ 9.061,90 até o início das atividades, tal investimento deverá ser gasto com o estoque inicial e capital de giro, que de início não será muito grande devido ao espaço para estocagem ser pequeno, haverá uma estocagem programada para suprir uma semana, sendo que as compras serão sempre feitas preferencialmente nas sextas e segundas-feiras, para que desta forma consiga-se preços melhores e não haja preocupações com pagamento a fornecedores, haja vista que as vendas também serão todas feitas com pagamento a vista.

Investimentos financeiros	Total R\$
Estoque inicial	5.561,90
Capital de giro	3.500,00
Total	9.061,90

Quadro 6: estimativa de investimento financeiros
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.2.1. Estimativa do Estoque Inicial

O estoque inicial da Donnatello's Pizzaria é composto por todas as matérias-primas utilizadas na fabricação das pizzas e os produtos que serão vendidos, sendo elas um total de R\$ 5.561,90 (cinco mil quinhentos e sessenta e um reais e noventa centavos).

Descrição	Quantidade	Valor unitário R\$	Valor total R\$
Polpas de frutas	30 KG	7,00	210,00
Mussarela	200 KG	9,50	1.900,00
Presunto	150 KG	4,50	675,00
Palmito	03 KG	18,00	54,00
Azeitonas	03 KG	18,00	54,00
Catupiry	05 KG	4,00	40,00
Calabresa	08 KG	8,00	64,00
Cebola	08 KG	3,50	28,00
Tomate	16 KG	2,50	40,00
Temperos	1,5 KG	2,40	3,60
Orégano	01 KG	3,00	3,00
Farinha de trigo	15 KG	2,50	37,50
Bacon	04 KG	10,00	40,00
Maionese	08 CX	4,50	36,00
Catchup	08 CX	4,50	36,00

Peito de frango	80 KG	5,00	400,00
Laranja	08 SACOS	18,00	144,00
Milho	08 KG	15,00	120,00
Ervilha	02 KG	5,00	10,00
Uvas passas	01 KG	9,00	16,00
Molho	04 KG	3,00	12,00
Refrigerantes	260 UNID	2,50	650,00
Cervejas	400 UNID	1,40	560,00
Sucos enlatados	24 UNID	1,20	28,80
Outros			400,00
TOTAL			R\$ 5.561,90

Quadro 7: estimativa do estoque inicial

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.2.2. Estimativa de capital de giro

Para que a empresa funcione bem, será necessária uma reserva de dinheiro, até que entre capital nos caixas, sendo assim o capital de giro do Donnatello's pizzaria será de R\$ 3.500,00 (três mil e quinhentos reais).

5.3. Estimativa de Investimento Pré-Operacional

Para o início das atividades será necessário que a empresa realize alguns investimentos para que ela inicie seu faturamento e funcione legalmente. Os recursos serão compostos de capital próprio. Estima-se os seguintes investimentos pré-operacionais.

Investimentos Pré-operacionais	Total R\$
Reforma do prédio	1.500,00
Instalações elétricas	200,00
Despesas de legalização	200,00
Divulgação	400,00
Cursos e treinamentos	300,00
Total	2.600,00

Quadro 8: Investimento pré-operacional

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.4. Estimativa de Investimento total

A Donnatello's Pizzaria contará com um investimento Total de R\$ 30.471,70 (trinta mil quatrocentos e setenta um reais e setenta centavos) somando as estimativas de

Investimentos Financeiros, investimentos fixos e investimentos pré-operacionais. Todo investimento utilizado pela empresa para o início das atividades, será de recursos próprios.

Descrição	Total R\$
Estimativa dos Investimentos Fixos	18.809,80
Estimativa dos Investimentos Financeiros	9.061,90
Estimativa dos Investimentos Operacionais	2.600,00
Total	30.471,70

Quadro 9: investimento total

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.5. Balanço Patrimonial (inicial)

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE		CIRCULANTE	
Caixa	3.500,00	Fornecedor	5.561,90
Banco	0,00	Financiamento	0,00
Estoque	5.561,90		
PERMANENTE		PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
Investimento	0,00	Capital Inicial	24.459,80
Imobilizado	18.809,80		
Diferido	0,00		
Intangível	2.600,00		
TOTAL	30.471,70		30.471,70

Quadro 10: balanço patrimonial

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.6. Estimativa do Faturamento da Empresa

A previsão do faturamento mensal da empresa é estimada no cálculo da quantidade de todos os produtos comercializados no mês.

Com base nos cálculos mensais de produção, o faturamento da empresa no primeiro ano de atividade será de 199.500,00 (cento e noventa e nove mil e quinhentos reais).

Faturamento				
Descrição	Quantidade	Valor unitário R\$	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Pizza família	60	33,00	1.980,00	23.760,00
Pizza grande	100	25,00	2.500,00	30.000,00
Pizza media	140	20,00	2.800,00	33.600,00
Pizza pequena	200	12,00	2.400,00	28.800,00

Brotinho	350	6,00	2.100,00	25.200,00
Refrigerantes, cervejas	350	4,00	1.400,00	16.800,00
Sorvetes	120	13,50	1.620,00	19.440,00
Crems	150	3,50	525,00	6.300,00
Sucos	200	2,50	500,00	6.000,00
Caldos	200	2,00	400,00	4.800,00
Porções	50	8,00	400,00	4.800,00
Total			16.625,00	199.500,00

Quadro 11: faturamento

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.7. Estimativa dos custos mensal e anual

A estimativa será relacionada aos custos dos produtos vendidos.

Assim, o custo mensal será de 7.975,00 (sete mil novecentos e setenta e cinco reais) e o custo anual será de 95.700,00 (noventa e cinco mil setecentos reais).

Estimativa dos custos mensal e anual				
Descrição	Quantidade	Valor unitário R\$	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Pizza família	50	16,00	960,00	11.520,00
Pizza grande	90	12,00	1.200,00	14.400,00
Pizza media	140	11,00	1.540,00	18.480,00
Pizza pequena	200	5,00	1.000,00	12.000,00
Brotinho	350	3,00	1.050,00	12.600,00
Refrigerantes e cervejas	350	2,00	700,00	8.400,00
Sorvetes	120	7,00	840,00	10.080,00
Crems	150	1,20	180,00	2.160,00
Sucos	200	1,00	200,00	2.400,00
Caldos	200	1,00	200,00	2.400,00
Porções	50	2,10	105,00	1.260,00
Total			7.975,00	95.700,00

Quadro 12: estimativa dos custos mensal e anual

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.8. Estimativa do custo com Depreciação

Depreciação é a perda ou valor de bens devido ao uso. Com o decorrer dos anos, os equipamentos utilizados vão se desgastando, ou se tornam ultrapassados. Com isso é necessário uma reposição dos mesmos. A depreciação da Donnatello's pizzaria está relacionado na tabela seguinte.

Estimativa dos custos com depreciação				
Itens	Valor do bem (R\$)	Vida útil em anos	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Máquinas e equipamentos	5.760,00	06	960,00	80,00
Equipamentos de Informática	1.180,00	04	295,00	24,58
Móveis e utensílios	7.869,80	08	983,73	81,98
Moto	4.000,00	05	800,00	66,67
TOTAL			3.038,73	253,23

Quadro 13: Estimativa do custo com depreciação

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.9. Estimativa das Deduções da Receita

As vendas anuais foram estimadas 199.500,00 (cento e noventa e nove mil e quinhentos reais). A alíquota do imposto é de 5,47% de acordo com o enquadramento do simples nacional. Sendo assim as deduções serão de:

Estimativa das deduções de receita			
Descrição	%	Faturamento Total	Custo Total
1 – Impostos			
Simple Nacional	5,47%	199.500,00	10.912,65

Quadro 14: Estimativa das deduções de receita

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.10. Estimativa de custo com Mão de obra

Estimativa dos custos com mão-de-obra					
Cargo	Qtd.	Salário total mensal	Encargos %	Encargos mensais total	Salário + encargos total anual
Sócios	2	2.000,00	11,00	220,00	29.304,00
Garçom	2	700,00	8,00	56,00	10.368,00
Produção	2	800,00	8,00	64,00	11.664,00
Total	6	3.500,00		340,00	46.080,00

Quadro 15: Estimativa dos custos com mão-de-obra

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.11. Estimativa dos custos Fixos e variáveis

Custos são todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviços, e que serão incorporados posteriormente ao preço de vendas.

Custos fixos	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Mão de obra e encargos	3.840,00	46.080,00
Depreciação	253,23	3.038,73
Total	4.093,23	49.118,73
Custos variáveis	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Custos de materiais	7.975,00	95.700,00
Impostos	909,39	10.912,65
Energia	350,00	4.200,00
Botijão de gás	280,00	3.360,00
Total	9.514,39	114.172,65
Custo Total (Fixos e Variáveis)	13.607,62	163.291,38

Quadro 16: estimativa dos custos variáveis

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.12. Estimativa das Despesas Fixas

As despesas são gastos que se destinam à comercialização dos produtos e serviços e a administração geral da empresa, isto se refere às atividades não produtivas da empresa.

Despesas fixas	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Água	90,00	1.080,00
Telefone	40,00	480,00
Honorário Contador	100,00	1.200,00
Propaganda	150,00	1.800,00
Materiais de limpeza	30,00	360,00
Aluguel	350,00	4.200,00
Total	760,00	9.120,00

Quadro 17: estimativa de despesas fixas

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.13. Demonstrativo de Resultados

O demonstrativo de resultados prevê os resultados da empresa, verificando os possíveis lucros ou prejuízos

Descrição	Valor anual
RECEITA TOTAL DE VENDAS	199.500,00
(-) CPV	(163.291,38)
(=) RESULTADO OPERACIONAL	36.209,62
(-) Despesas	(9.120,00)
LUCRO	27.088,62

Quadro 18: demonstrativo de resultados

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.14. Balanço Patrimonial (final)

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE		CIRCULANTE	
Caixa	3.500,00	Fornecedor	5.561,90
Banco	0,00	Financiamento	0,00
Estoque	37.012,42		
PERMANENTE		PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
Investimento	0,00	Capital Inicial	30.471,70
Imobilizado	18.809,80	Lucros Acumulados	27.088,62
Diferido	0,00		
Intangível	3.800,00		
TOTAL	63.122,22		63.122,22

Quadro 19: balanço patrimonial final

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.15. Indicadores de Viabilidade

5.15.1. Margem de Contribuição

$$\text{I.M.C.} = \frac{\text{Receita bruta} - \text{Custos Variáveis Totais}}{\text{Receita Bruta}}$$

$$\text{I.M.C.} = \frac{199.500,00 - 114.172,65}{199.500,00} = \frac{85.327,35}{199.500,00} = 0,4277 \text{ ou } 42,77\%$$

5.15.2. Ponto de equilíbrio

É o período gasto para recuperar o investimento, por meio de fluxo de caixa líquido gerado no decorrer das atividades.

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Custo fixo} + \text{despesa Fixo Total}}{\text{Índice margem de contribuição}}$$

$$\text{P.E.} = \frac{49.118,73 + 9.120,00}{0,4277} = 136.167,24$$

A empresa precisa vender de R\$ 136.167,24 anuais ou 11.347,27 mensais para cobrir todos os seus custos e despesas.

Como a empresa estipula R\$ 16.625,00 mensais de faturamento, ela irá cobrir os seus custos e despesas, sendo que o ponto de equilíbrio equivale a R\$ 11.347,27

5.15.3. Lucratividade

Lucratividade é um conceito de referencia para as conclusões sobre o rumo do negócio e o sucesso do empreendimento. Ele mede o lucro líquido anual em relação às vendas.

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

$$\text{Lucratividade} = \frac{27.088,62}{199.500,00} \times 100 = 13,58\%$$

Isso quer dizer que sob R\$ 199.500,00 da receita anual sobram R\$ 27.088,62 na forma de lucro depois de pagas todas as despesas e impostos. O que indica que a lucratividade será de 13,58 % ao ano ou 1,13% mensal.

5.15.4. Rentabilidade

Rentabilidade é o indicador de atratividade dos negócios, onde mede o retorno do capital investido. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{27.088,62}{30.471,70} \times 100 = 88,90\%$$

Isso quer dizer que a cada ano a empresa recupera 88.90% anual ou 7,41% mensal do valor investido através do lucro líquido.

5.15.5. Pay Back

O prazo de retorno indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no negócio.

$$\text{Pay back} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro líquido}}$$

$$\text{Pay back} = \frac{30.471,70}{27.088,62} = 1 \text{ ano } 1 \text{ mês e } 13 \text{ dias}$$

Após o início das atividades da empresa, o empreendedor irá gastar 1 ano 1 mês e 13 dias para recuperar sob a forma de lucro, o que gastou com o investimento total.

5.16. Fluxo de caixa

Discriminação	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1. Investimento	-30.471,70					
2. Receitas totais		199.500,00	207.480,00	215.779,20	224.410,37	233.386,78
3. Custos e despesas totais		161.498,73	161.498,73	161.498,73	161.498,73	161.498,73
3.1. Custos fixos		49.118,73	49.118,73	49.118,73	49.118,73	49.118,73
3.2. Custos variáveis		103.260,00	103.260,00	103.260,00	103.260,00	103.260,00
3.3. Despesas fixas		9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00
4. Lucro tributável		38.001,27	45.981,27	54.280,47	62.911,64	71.888,05
5. imposto (5.47)		10.912,65	11.349,16	11.803,12	12.275,25	12.766,26
6. Disponibilidades		27.088,62	34.632,11	42.477,35	50.636,69	59.121,79
7. Amortização		-10.157,23	-10.157,23	-10.157,23		
8. Saldo acumulado		16.931,39	41.409,27	73.729,39	124.365,78	183.487,57

Quadro 20: fluxo de caixa

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010

5.17. Taxa Mínima de atratividade – TMA

A TMA deve representar o custo de oportunidade do capital para a empresa. Ela é a taxa de juros que deixa de ser obtida na melhor aplicação alternativa quando há emprego de capital próprio, ou é a menor taxa de juros obtível quando recursos de terceiros são aplicados.

A TMA proposta, para a empresa, será de 15% a.a. ou 1,25% ao mês.

5.18. Taxa interna de retorno – TIR

É a taxa que em determinado período de tempo, iguala com as entradas e saídas de caixa.

Valor do investimento inicial	enter	chs	g	pv	entradas	g	pmt
30.471,70					27.088,62	g	pmt
					34.632,11	g	pmt
					42.477,35	g	pmt
					50.636,69	g	pmt
					59.121,79	g	pmt f fv

O projeto é viável, pois, o valor da TIR será de 106,34%, é maior que a TMA.

5.19. Valor presente líquido – VPL

VPL é a Fórmula matemática-financeira de se determinar o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial. Basicamente, é o calculo de quanto os futuros pagamentos somados a um custo inicial estaria valendo atualmente.

$$\text{VPL} = 183.487,57$$

5.20. Valor presente líquido descontado**Fluxo de caixa anual / enter / chs / fv / tempo n / taxa de juros a.m. / i / pv**

27.088,62 enter chs fv 12 n 1.1715 i pv = 23.555,30

34.632,11 enter chs fv 24 n 1.1715 i pv = 26.186,80

42.477,35 enter chs fv 36 n 1.1715 i pv = 27.929,46

50.636,69 enter chs fv 48 n 1.1715 i pv = 28.951,58

59.121,79 enter chs fv 60 n 1.1715 i pv = 29.393,83

VPLD = 136.016,97

6. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

A avaliação do plano de negócio é uma ferramenta muito importante para a abertura de uma empresa, é através da sua avaliação que o futuro empreendedor analisar a viabilidade da implantação da empresa.

O plano de marketing proporcionou analisar o mercado, identificando os clientes, concorrentes, fornecedores, pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades, fazendo um plano de ação para garantir o sucesso do empreendimento. Também foi possível identificar quais as estratégias promocionais, garantindo a fidelização dos clientes e reconhecimento na região. Assim foram identificados fatores importantes para garantir uma venda e pós-vendas para atingir a satisfação dos clientes.

O plano de negócio permitiu ao empreendedor uma visão completa das atividades do negócio, permitindo uma boa localidade, com facilidade de acesso, espaço agradável e confortável. Com ele também identificou-se fatores importantes como layout, capacidade comercial, processo comercial e dimensionamento de pessoal, onde a mão de obra será suficiente para o início do funcionamento do empreendimento.

Com o Plano Financeiro percebeu-se a grande viabilidade da implantação do empreendimento, com vários fatores positivos, sendo eles: o capital a ser investido é de recurso próprio e os indicadores de viabilidade mostram que: o ponto de equilíbrio será de R\$ 136.167,24 anual, a lucratividade será de 13,58% anual, a rentabilidade de 88,90% anual e a empresa irá gastar um período de 1 ano 1 mês e 13 dias para recuperar o capital investido. E também terá um lucro de R\$ 27.088,62 no primeiro ano de funcionamento.

Assim de acordo com os dados apresentados, nota-se que o negócio é um investimento viável, porém é necessário que o plano seja consultado e analisado permanentemente podendo sofrer alterações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este plano de negócio foi de grande importância para meu crescimento acadêmico, cujo intuito foi colocar em prática todo o conhecimento adquirido durante o curso.

O plano de negócio é uma ferramenta importante no mundo dos negócios e através dele, pude adquirir uma experiência para os futuros projetos.

As expectativas para a elaboração do plano foram alcançadas, sendo superadas. Onde revelou grandes oportunidades para realizar um sonho. Para realização do mesmo foram entrevistadas algumas pessoas.

Algumas barreiras foram encontradas na construção do plano, mas foram superadas, e toda a pesquisa realizada foi suficiente para obter toda a análise e dar suporte ao trabalho.

Após a conclusão do curso pretende-se iniciar o negócio analisado, e, alcançar a independência tão almejada pelos empreendedores de maneira geral.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

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

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Thompson Pioneira, 2003.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SITES CONSULTADOS

ABIS - Associação Brasileira das Indústrias de Sorvetes. Disponível em: <http://www.abis.com.br/estat.asp>. Acesso em: 10 nov. 2010.

SEBRAE – (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas, 2009), Disponível em: http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/definanegocio/ideias-de-negocio/integra_ideia?rs=pizzaria. Acesso em: 08 nov. 2010.

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano

Biblioteconomista CRB/1-1528

APÊNDICE

A pesquisa foi realizada no dia 25/09/2010, foram entrevistadas 40 (quarenta) pessoas aleatoriamente:

1. Onde mora:

- Zona urbana
- Zona rural
- De outras cidades

2. Com que frequência você consome pizza?

- semanalmente
- duas vezes ao mês
- uma vez ao mês
- a cada dois meses

3. Nível salarial?

- até um salário
- até dois salários
- até três salários
- acima de quatro salários