

**FACULDADES INTEGRADAS  
“ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E ADMINISTRATIVAS DE  
PRESIDENTE PRUDENTE**

**ESTUDO SOBRE A VIABILIZAÇÃO DE IMPLANTAÇÃO DE UMA  
LANCHONETE NA CIDADE DE PRESIDENTE PRUDENTE: RISCOS E  
VIABILIDADE ECONOMICA**

Diego Aparecido Vilela do Nascimento  
Luis Renato Colla Maranhão  
Reginaldo Murilo Camargo  
Vinicius Moura Vieira

Presidente Prudente /SP  
2007

**FACULDADES INTEGRADAS  
“ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E ADMINISTRATIVAS DE  
PRESIDENTE PRUDENTE**

**ESTUDO SOBRE A VIABILIZAÇÃO DE IMPLANTAÇÃO DE UMA  
LANCHONETE NA CIDADE DE PRESIDENTE PRUDENTE: RISCOS E  
VIABILIDADE ECONOMICA**

Diego Aparecido Vilela do Nascimento  
Luis Renato Colla Maranhão  
Reginaldo Murilo Camargo  
Vinicius Moura Vieira

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito parcial de Conclusão do  
Curso para obtenção do grau de Bacharel em  
Ciências Contábeis, sob orientação do Prof.  
Jorge Luiz Galvão de Oliveira.

Presidente Prudente /SP  
2007

**ESTUDO SOBRE A VIABILIZAÇÃO DE IMPLANTAÇÃO DE UMA  
LANCHONETE NA CIDADE DE PRESIDENTE PRUDENTE: RISCOS E  
VIABILIDADE ECONOMICA**

Trabalho de Curso aprovado como requisito  
parcial para obtenção do Grau de Bacharel em  
Ciências Contábeis.

---

Prof. Dr. Jorge Luiz Galvão de Oliveira

---

Prof. Maria Lucia Ribeiro da Costa

---

Prof. Marcos Turesso

Presidente Prudente, ..... de novembro de 2007

É muito melhor arriscar coisas grandiosas, alcançar triunfos e glórias, mesmo expondo-se a derrota, do que formar fila com os pobres de espírito que nem gozam muito nem sofrem muito, porque vivem nessa penumbra cinzenta que não conhece vitória nem derrota.

Theodore Roosevelt

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus que nos concedeu forças ilimitadas para superarmos todos os tipos de dificuldades no período acadêmico.

Aos nossos pais que sem medir esforços nos deram total apoio do início ao fim do curso, e, que nos momentos de medo, dúvida e fraqueza foram nossa fortaleza para que pudéssemos continuar a seguir e a construir o nosso futuro.

A todos os nossos professores e professoras que se dedicaram ao máximo para nos transmitir os seus conhecimentos.

Ao Mestre Jorge Luis Galvão que nos suportou e guiou nossos caminhos durante a elaboração deste trabalho, fazendo com que nós pudéssemos enxergar além do que estava a nossa frente e nos incentivando a usar e a extravasar todo o nosso potencial para alcançarmos nossos melhores resultados.

## RESUMO

O presente trabalho, aborda um estudo para viabilização de implantação de uma lanchonete na cidade de Presidente Prudente, seus riscos e viabilidade econômica. De maneira clara e objetiva, expõe as características e comportamentos que um empreendedor deve possuir para abertura de um empreendimento. Em suma, é um estudo que tende a desmistificar a realização de um empreendimento no ramo de lanchonetes, tendo como pontos de referência a Administração Financeira e o conhecimento dos riscos, oportunidades e principais características do empreendimento. Teoricamente não é um estudo de viabilidade com valores e percentuais, mas sim um ponto de partida para tal estudo, remetendo de maneira sucinta a assuntos que assombram a cabeça de inúmeras pessoas que crêem que o empreendedorismo confunde-se com aventura. O trabalho tem em seu íntimo a função de demonstrar o perfil do empreendedor bem como as principais características a ele imputadas além de remeter-se ao foco do empreendimento, suas necessidades, sua estrutura, riscos e oportunidades do negócio. A pesquisa teve por base metodológica o estudo bibliográfico, além de pesquisas de campo no quesito perfil, que procurou demonstrar os caminhos e analisar as perspectivas de sucesso para viabilização de tal empreendimento, tanto do negócio em si, como do empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Administração Financeira. Implantação de Lanchonete. Riscos e Oportunidades.

## ABSTRACT

The present research, approaches of a study for viabilization of implantation of a snack bar in the city of President Prudente, its risks and economic viability. In clear and objective way, it displays the characteristics and behaviors that an entrepreneur must possess for opening of an enterprise. In short, it is a study that tends to demystify the accomplishment of an enterprise in the branch of snack bars, being had as control points the Financial Administration and the knowledge of the risks, chances and main characteristics of the enterprise. Theoretically it is not a feasibility study with values and percentages, but yes a starting point for such study, sending itself in way the subjects that haunt the head of innumerable people who believe that the entrepreneur is confused with adventure. The research has in its soul the function to demonstrate to the profile of the entrepreneur as well as the main imputed characteristics it beyond sending the focus to it of the enterprise, its necessities, its structure, risks and chances of the business. The research had for metodologica base the bibliographical study, beyond research of field in the question profile, where it looked for to demonstrate the ways and to analyze the perspectives of success for viabilization of such enterprise, as much of the business in it self, of the entrepreneur.

**Keywords:** Entrepreneur. Financial administration. Implantation of Snack bar. Risks and Chances.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Social

CEASA – Central de Entrepasto e Abastecimento

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

FINAME – Financiamento Nacional de Maquinas e Equipamentos

INSS – Instituto Nacional da Previdência Social

PROGER – Programa de Geração de Emprego e Renda

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa

TJLP – Taxa de Juros de Longo Prazo

TR – Taxa de Referência

UFCG – Universidade Federal de Campina Grande

UNIESP – União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo



## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES, TABELAS E QUADROS**

### **QUADROS**

QUADRO 1 – Partes Envolvidas no Processo Empreendedor.....	21
QUADRO 2 – Caminhos para o Empreendedor .....	22

# SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 EMPREENDEDORISMO .....</b>	<b>15</b>
2.1 Origem do Empreendedorismo.....	15
2.2 Análise Histórica .....	15
2.3 Empreendedorismo no Brasil .....	16
2.4 Definição da Palavra.....	17
2.5 Síndrome do Empregado .....	19
2.6 Razões do Empreendedorismo .....	20
2.6.1 Caminhos do empreendedor .....	22
2.7 Características.....	22
<b>3 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO SUCESSO EMPRESARIAL .....</b>	<b>24</b>
3.1 Assumir Riscos .....	24
3.2 Identificar Oportunidades .....	25
3.3 Conhecimento .....	25
3.4 Organização .....	26
3.5 Tomar Decisões .....	26
3.6 Liderança .....	27
3.7 Dinamismo .....	27
3.8 Independência.....	28
3.9 Otimismo .....	28
3.10 Tino Empresarial .....	28
<b>4 O FOCO NO EMPREENDIMENTO .....</b>	<b>30</b>
4.1 Ficha Técnica.....	31
4.2 Apresentação .....	31
4.3 Mercado .....	32
4.4 Localização .....	32
4.5 Estrutura .....	33
4.6 Equipamentos .....	33
4.7 Investimentos.....	34
4.8 Pessoal .....	34
4.9 Funcionamento .....	35
4.10 Fornecedores.....	36
4.11 Estoques.....	36
4.12 Características.....	37
4.13 Decisões.....	37
4.14 Linha de Atuação.....	38
4.15 Cardápio .....	38
4.16 Legislação Específica .....	40
<b>5 IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS E OPORTUNIDADES DO NEGÓCIO .....</b>	<b>41</b>
5.1 Problemas de Ordem Pessoal .....	41
5.2 Problemas de Comercialização.....	42
5.3 Problemas de Rentabilidade .....	43

5.4 Experiências Similares .....	44
5.5 Ponto Comercial. ....	45
5.5.1 Possibilidades de Localização .....	45
5.6 Precificação .....	47
5.7 Fornecedores.....	48
5.8 Sistemas de Pagamento .....	49
<b>6 CONCLUSÃO.....</b>	<b>51</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>54</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>55</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho teve como foco principal o desenvolvimento e a colocação em prática de noções e teorias vistas, através das diversas disciplinas do curso de Ciências Contábeis aproveitando alguns desses conceitos, sem, contudo ter tido a pretensão de apresentar uma consultoria completa, mas sim, um protótipo, um ensaio científico a respeito da instalação de um estabelecimento comercial na cidade de Presidente Prudente, aproveitando o bom momento vivido e tendo em vista os integrantes do grupo de trabalho acreditarem ser uma boa oportunidade de exploração, como ponto de partida para um empreendimento.

Com relação ao assunto, a **delimitação do tema**, este recaiu sobre aspectos que se referem a um estabelecimento comercial em forma de uma lanchonete e, em determinado ponto comercial, na cidade de Presidente Prudente, oportunizando um momento e a instalação de um centro universitário em ponto distinto da cidade.

O estudo com a temática em referência foi possível, levando-se em consideração um ambiente em extremo contingencial e, o que é real hoje, pode tornar-se obsoleto amanhã, com o processo de globalização, que acabou por tornar o mundo “pequeno”, estabilidade tornou-se uma palavra obsoleta e a criatividade e o empreendedorismo passaram a ser a fonte dos novos empreendimentos, reinventar a forma de agir.

Empresas dos mais diversos ramos nascem e morrem constantemente. Em grande parte, o elemento chave que leva a decadência está na administração financeira. Várias apresentam tais problemas no decorrer de sua vida operacional à financeira. Outras, talvez em maior percentual, nascem fadadas ao fracasso.

Neste ponto, ao identificar tais problemas, surge então, a possibilidade de inserir um esboço ou um ensaio de estudo da viabilidade de um empreendimento. Tal estudo mostra ser o alicerce para a implantação de qualquer projeto, ou seja, o planejamento.

A avaliação como um todo não é um fator a ser demonstrado em comum facilidade. Assim, para que haja um maior aproveitamento, tais conceitos teóricos serão colocados na prática, através da coleta dos dados para ensaio de viabilidade na instalação de uma lanchonete na cidade de Presidente Prudente.

**Problema de pesquisa** - A necessidade da instauração de um estudo de viabilidade financeira na implantação de uma lanchonete junto ao Campus da UNIESP, de modo claro e objetivo, através de um estudo empírico do setor a fim de obter dados mais confiáveis de maneira a conferir, posteriormente, coeficientes de análise mais conservadores e precisos.

**Justificativa** - Nota-se um grande número de empresas do ramo que nascem e somem do dia para a noite, o que demonstra, na maioria das vezes, falta de estrutura financeira. Porém, tal estrutura financeira não se retrata apenas a problemas atuais de capital, mas sim no alicerce “teórico de sua instauração”.

Assim, torna-se imprescindível a avaliação financeira do empreendimento desde os seus primórdios. Tal avaliação não se atem apenas a dados quantitativos, mas também a qualitativos que vão desde o ponto comercial às práticas usuais do meio. Daí parte a opção pela implantação do comércio em questão junto ao campus da UNIESP, na cidade de Presidente Prudente, no atual período. Tal escolha envolve uma série de fatores que vão desde a inexistência de concorrente do ramo na região, bem como o fluxo presente de pessoas.

Dessa forma, tais dados qualitativos mostram-se insuficientes na abertura de um comércio, se estas pressuposições não estiverem associadas a fundamentos financeiros e de gestão que norteiam o desenvolver do empreendimento. Fundamentos estes que remontam desde a origem do capital a ser empregado aos índices econômico-financeiros que, através de uma avaliação à posterior, poderá demonstrar em sua excelência.

**Hipóteses** - A viabilidade do empreendimento dá-se a partir da utilização de recursos próprios, o que sugere uma redução significativa nos gastos referentes a juros sobre capital de terceiros, dessa maneira, a taxa de retorno oferecida demonstra ser inferior a oferecida pelo mercado financeiro, o que inviabiliza o empreendimento no curto prazo.

O momento em que está inserido o projeto conclui em larga escala ao empreendimento, tendo em vista a expectativa vivenciada pelo setor, podendo vir a ser um investimento com retorno operacional superior ao retorno do mercado financeiro.

**Objetivos** - A análise de viabilidade econômico financeira do setor, através da apresentação de caminhos e dados que propiciem a avaliação financeira do empreendimento de modo a obter dados concernentes que levem a apurar coeficientes de análise mais conservadores. Tais dados têm por finalidade explicar de maneira sucinta e de fácil compreensão o estudo através de ferramentas, como o fluxo de caixa de forma a possibilitar a

demonstração da real necessidade das projeções de gastos e receitas incorridas em um determinado período a ser estudado, sendo que o trabalho ora desenvolvido criou as condições de análise, porém como se observou, não apresentou conclusivas, permitindo que estudos complementares possam ser realizados e mesmo porque não era o foco principal do grupo de estudos.

**Objetivos específicos** - Ao focar projeções econômico-financeiras para a instalação da lanchonete no ponto comercial em questão, temos como princípios específicos a aplicação dos conceitos teóricos provenientes da literatura existente, na prática real, de modo a possibilitar um estudo mais aprofundado dos dados coletados e tabulados. Sendo assim, torna-se necessário um alto conhecimento do ramo, conforme já explanado anteriormente, tanto quantitativo e qualitativo, não esquecendo fatores sócio-econômicos, tão relevantes no meio empresarial.

**Fundamentação Teórica** - Partindo da idéia da necessidade de um estudo operacional e econômico financeiro focando a viabilidade de um empreendimento, temos como fator inicial o fluxo de caixa na linha do tempo, conforme Weston e Brigham (2000, p. 45) destacam:

Essa demonstração destina-se a mostrar como as operações da empresa têm afetado o caixa e ajuda a responder perguntas como estas: a empresa esta gerando caixa necessário para comprar ativos imobilizados adicionais para seu crescimento?

O trabalho observou, porém que ao analisar o fluxo de caixa, não pode deixar de levar em consideração os fatores que possibilitaram tais entradas ou saídas, visto que tais dados são indispensáveis, em avaliações posteriores, na formação de índices que avaliem retorno, entre outros.

**Metodologia** - O progresso do presente trabalho esteve fundamentado em um alicerce metodológico que mesclou conceitos teóricos e empíricos, tendo neste último, os dados coletados acerca do setor em questão de forma sucinta e de fácil assimilação. Tais dados tiveram como origens as principais instituições que acompanham o setor bem como a participação indispensável de requisitos obtidos junto a organizações em andamento no referido quadrante.

Como fundamentação teórica, às quais visa apregoar os principais conceitos a serem analisados, bem como sua total utilização na tabulação dos dados obtidos a fim de uma

análise mais consistente e de fácil compreensão teve como base inicial as obras de Weston e Brigham, as quais desmembraram os mistérios da avaliação gerencial e financeira do investimento no setor, bem como os possíveis cálculos das variáveis observadas.

Em suma, o trabalho em questão mesclou os conceitos teóricos e empíricos na busca de um resultado mais conservador e coerente, tendo na bibliografia disponível acerca do assunto os pontos de partida e apoio para a observação do problema de pesquisa levantado.

**Organização** – O presente trabalho encontra-se estruturado em Introdução, quatro capítulos, e as conclusões/observações que foram possíveis de serem observadas pelos autores do trabalho, além da Bibliografia consultada/pesquisada, sendo os assuntos discorridos, assim dispostos:

**Introdução:** levou em consideração a organização e a disposição dos assuntos abordados bem como as justificativas e exigências do trabalho científico;

**Capítulo I:** Tratou de apresentar conceitos e opiniões de estudiosos e autores renomados que discorrem acerca de empreendedorismo, o que possibilitou parâmetros de um bom gestor e, acima de tudo, os requisitos mínimos necessários para que um empreendimento comercial possa ter sucesso, partindo de seus empreendedores;

**Capítulo II:** Este capítulo procurou demonstrar quais são as principais características que permitem o sucesso empresarial, envolvendo desde os seus gestores, até a forma correta de se entender uma empresa como um empreendimento de sucesso;

**Capítulo III:** Reservou espaço para citar as condições mínimas necessárias para o empreendimento a ser estudado, ou seja, o foco no empreendimento, demonstrando o tipo de comércio, sua localização, itens necessários e custos e receitas estimadas.

**Capítulo IV:** Capítulo destinado a alertar aos prováveis investidores e candidatos a empreendedores quais são as oportunidades oferecidas e, em especial, quais são os principais riscos envolvidos no negócio.

**Conclusão:** Procurou explorar as conclusões resultantes dos levantamentos efetuados, dos estudos bibliográficos, das pesquisas de campo e apresenta algumas observações como consequência desses levantamentos e apresentando possibilidades de seqüência dos estudos, a partir das bases sugeridas; **Bibliografia:** Contém as citações e as fontes bibliográficas consultadas/pesquisadas para fundamentar os trabalhos, sendo complementada pelas notas de rodapé existentes no trabalho.

## 2 EMPREENDEDORISMO

Buscando a definição do termo, os autores do trabalho concluíram que pode ser definido como sendo os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Empreendedor é utilizado para designar, principalmente, as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento, ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, entre outras.

### 2.1 Origem do Empreendedorismo

A palavra empreendedorismo foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter em 1950 como sendo uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Mais tarde, em 1967 com K. Knight e em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E em 1985 com Pinchot foi introduzido o conceito de Intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora, mas dentro de uma organização.

### 2.2 Análise Histórica

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo de novo.

Para melhor observação, o trabalho buscou localizar em um espaço de temporalidade, a sua evolução e algumas observações emanadas por estudiosos do setor, assim distribuídos nos séculos destacados:

**Século XVII:** Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram nessa época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII é considerado por muitos como um dos criadores do



termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor (aquele que assume riscos), do capitalista (aquele que fornecia o capital).

**Século XVIII:** Nesse século o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo, através da Revolução Industrial.

**Século XIX e XX:** No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os administradores (o que ocorre até os dias atuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

### **2.3 Empreendedorismo no Brasil**

No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar força na década de 1990, durante a abertura da economia, segundo pesquisa feita através do site Wikipédia, a enciclopédia livre. A entrada de produtos importados ajudou a controlar os preços, uma condição importante para o país voltar a crescer, mas trouxe problemas para alguns setores que não conseguiam competir com os importados, como foi o caso dos setores de brinquedos e de confecções, por exemplo. Para ajustar o passo com o resto do mundo, o País precisou mudar.

Diante das ocorrências citadas, empresas de todos os tamanhos e setores tiveram que se modernizar para poder competir e voltar a crescer. O governo deu início a uma série de reformas, controlando a inflação e ajustando a economia, em poucos anos o País ganhou estabilidade, planejamento e respeito. A economia voltou a crescer. Só no ano 2000, surgiu um milhão de novos postos de trabalho. Investidores de outros países voltaram a aplicar seu dinheiro no Brasil e as exportações aumentaram.

Destaque especial deve ser observado em relação àquelas empresas que, não sendo de grande porte, e, consideradas como micro e pequenas empresas, ano a ano, ganham mais espaço e importância na economia. Segundo pesquisa Hoje, de cada 100 empresas brasileiras, 95 são micro ou pequenas empresas. Juntas elas empregam cerca de 40 milhões de trabalhadores, mais da metade de toda mão-de-obra do País. Os números são grandes, mas o

espaço para crescimento é ainda maior. O futuro é promissor e cabe, a cada um de nós, fazer dele uma realidade.

Seguindo essa linha de raciocínio e em atenção às tendências da atualidade, em especial, graças ao fenômeno da globalização, que, de uma forma drástica e através de um caminho sem voltas, possibilitou que todas as empresas tivessem o mesmo nível de acesso às informações. As habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em 3 áreas:

- a) **Técnicas:** envolve saber escrever, ouvir as pessoas e captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe.
- b) **Gerenciais:** incluem as áreas envolvidas na criação e gerenciamento da empresa (marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, planejamento e controle).
- c) **Características pessoais:** ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, persistente, visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e principalmente ter paixão pelo que faz.

De acordo com pesquisas recentes realizadas nos Estados Unidos mostram que o sucesso nos negócios depende principalmente de nossos próprios comportamentos, características e atitudes, e não só do conhecimento técnico de gestão quanto se imaginava até pouco tempo atrás, segundo o site “Wikipédia – A enciclopédia livre”.

## **2.4 Definição da Palavra**

Vários estudiosos de administração e negócios, em diferentes momentos procuraram definir, didaticamente, o que é empreendedorismo, destacando, nessas definições, características e qualidades dos que se dedicam a tal tarefa.

Dentre esses autores destaca-se Robert Menezes, eminente professor de empreendedorismo da UFCG, referência para a conceituação de empreendedorismo, que

assim define o termo: “Empreendedorismo é aprendizado pessoal, que impulsionado pela motivação, criatividade e iniciativa, busca a descoberta vocacional, a percepção das oportunidades e a construção de um projeto de vida ideal.” (MENEZES, 2006, p. 57)

Menezes (2006, p. 59) considera também que “empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com motivação e criatividade”. Sendo assim destaque-se que um bom empreendedor apresenta a criatividade, assim como a iniciativa e a motivação, como características essenciais de sua personalidade e extremamente necessárias para o sucesso de qualquer empreendimento.

Da mesma forma que Menezes lembremo-nos que Fillion (1991, p. 95) nos ensina que o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Além disso, Menezes reforça a necessidade de conhecimentos, gerais e próprios de seu negócio, vocação para esse tipo de trabalho e trabalho constante de avaliação, arranjo e rearranjo do negócio, bem como a capacidade de perceber as melhores oportunidades de realização e, fundamentalmente importante, saber construir um projeto de vida que contemple as realizações ideais. Na concepção de Menezes (2006, p. 62):

Ser empreendedor é preparar-se emocionalmente para o cultivo de atitudes positivas no planejamento da vida. É buscar o equilíbrio nas realizações considerando as possibilidades de erros como um processo de aprendizado e melhoramento. Ser empreendedor é criar ambientes mentais criativos, transformando sonhos em riquezas. (MENEZES, 2006, p. 62).

Entre os demais autores que tratam do conceito de empreendedorismo é bom lembrar Bolson (2006, p. 104) autor do livro Tchou, Patrão! quando este ensina que “empreendedorismo é um movimento educacional que visa desenvolver pessoas dotadas de atitudes empreendedoras e mentes planejadoras”. Dos ensinamentos de Bolson destacamos que ele considera o empreendedorismo como uma ação educacional, isto é, pode-se educar para o empreender, o que é muito importante para a nação. Ele destaca também a necessidade de que o empreendedor tenha atitudes e mente voltada para o desenvolvimento do empreendimento.

Reforçando o que Menezes nos ensina a respeito da capacidade de perceber e agarrar boas oportunidades para os negócios, lembramos o que Jeffrey Timmons (2005, p. 107)

nos ensina a respeito de aproveitar oportunidades, buscar e gerenciar recursos para transformar a oportunidade num bom negócio. Portanto, nunca é demais lembrar que a capacidade de perceber oportunidades de bons negócios é uma das características, entre as mais marcantes, do sucesso do empreendedor.

Portanto para ser um bom empreendedor, segundo Lima (2004, p. 89) é preciso conhecer profundamente o que faz, amar o que faz, dedicar-se ao máximo à sua atividade e estar sempre buscando novos caminhos que o leve ao sucesso em seu empreendimento. Para Nascimento (2005, p. 64) deve-se acrescentar às capacidades de um bom empreendedor aquela de ser capaz de formar outro profissional melhor que ele.

E não poderíamos, neste item deixar de lembrar o grande pensador George Bernard Shaw (2005, p. 122) que, em poucas palavras nos dá uma magnífica lição quando diz: “Alguns homens vêem as coisas como são e perguntam: ‘ Por quê?’. Eu sonho coisas que nunca existiram e pergunto: ‘Por que não?’”.

## 2.5 Síndrome do Empregado

Os autores do trabalho em pesquisas bibliográficas realizadas, identificaram que a palavra ou a expressão: **“síndrome do empregado”** nasceu com o personagem "Seu André" do livro O Segredo de Luísa do autor brasileiro Fernando Dolabela. "Seu André" preocupado em explicar a ineficácia de grande parte dos empregados da sua indústria, disse: "eles estão contaminados com a síndrome do empregado", e, dessa forma, apresentamos, com o intuito de esclarecer a visão que se tem a respeito de um empregado, ou seja, síndrome do empregado designa um empregado:

- a) Desajustado e infeliz, com visão limitada.
- b) Dificuldade para identificar oportunidades.
- c) É dependente, no sentido que necessita de alguém para se tornar produtivo.
- d) Sem criatividade.
- e) Sem habilidade para transformar conhecimento em riqueza, descuida de outros conhecimentos que não sejam voltados à tecnologia do produto ou a sua especialidade.

- f) Dificuldade de auto-aprendizagem, não é auto-suficiente, exige supervisão e espera que alguém lhe forneça o caminho.
- g) Domina somente parte do processo, não busca conhecer o negócio como um todo: a cadeia produtiva, a dinâmica dos mercados, a evolução do setor.
- h) Não se preocupa com o que não existe ou não é feito: tenta entender, especializar-se a melhorar somente no que já existe.
- i) Mais faz do que aprende.
- j) Não se preocupa em formar sua rede de relações, estabelece baixo nível de comunicações.
- k) Tem medo do erro, não trata como uma aprendizagem.
- l) Não se preocupa em transformar as necessidades dos clientes em produtos/serviços.
- m) Não sabe ler o ambiente externo: ameaças.
- n) Não é pró-ativo.

## **2.6 Razões do Empreendedorismo**

O empreendedorismo busca a auto-realização que quem utiliza este método de trabalho, estimular o desenvolvimento como um todo e o desenvolvimento local, apoiando a pequena empresa, ampliando a base tecnológica, criar empregos, evitar armadilhas no mercado que está participando. E re-orientar o ensino brasileiro para a velocidade nas mudanças, novas tendências internacionais, adaptar-se ao novo mercado, com ética e cidadania.

A inércia, por parte de alguns empreendedores que, fazem das dificuldades a bandeira principal de suas empresas, tem levado inúmeros empresários à falência e ao insucesso de suas empresas e, principalmente ao seu próprio insucesso, oposto àquele pensamento do empresário que é tido e analisado como sendo um empreendedor, que assume os problemas e busca as soluções para cada um dos problemas surgidos, pois, diariamente, as empresas lidam com problemas de toda sorte e natureza, assim sendo, o empresário moderno deve encarar como sendo verdadeiras oportunidades de crescimento e saborear cada solução e

cada sucesso obtido, fazendo desses sucessos isolados, o seu sucesso pessoal e, conseqüentemente, o sucesso de sua empresa e de seus empregados.

A seguir, o quadro 1 demonstra quais seriam os envolvidos e suas características:

**Quadro 1:** Partes Envolvidas no Processo Empreendedor

<b>Características</b>	<b>Gerente</b>	<b>Empreendedor</b>	<b>Intra-empendedor</b>
Motivação	Poder	Liberdade de ação, Automotivação.	Liberdade de ação e recompensa Organizacional
Atividades	Delega a sua autoridade	Arregaça as mangas, Colabora com os outros.	Delega, mas colabora.
Competência	Administração, Política.	Negócios, Gerência e Política.	Empreendedor com mais habilidade Política
Interesses	Acontecimentos internos da empresa	Tecnologia e mercado	Dentro e fora da empresa, mercado.
Erros	Evitar erros	Aprendizagem com erros	Erros são evitados, mas aprende-se com eles.
Decisões	Interage do assunto para depois delegar	Visão e decisão própria, Ação versus Discussão.	Fundamentação
Sistema	Burocracia o satisfaz	Se o sistema não o satisfaz, constrói o seu.	Acomoda-se ou provoca curto-circuito
Relações	Hierarquia	Negociação	Hierarquia "amiga"

Fonte: Wikipédia, A enciclopédia livre – adaptado pelos autores.

### 2.6.1 Caminhos do empreendedor

De acordo com a visão apresentada, os caminhos a seguir, demonstram a maneira para ser um verdadeiro empreendedor e os passos a serem seguidos:

**Quadro 2: Caminhos Para o Empreendedor**

Caminho 1	Auto Conhecimento	Espaço de si estreito (Teoria X) versus. Espaço de si amplo (Teoria Y).
Caminho 2	Perfil do empreendedor	Comparação das características do empreendedor e da pessoa.
Caminho 3	Aumento da criatividade	Dominar os processos internos para gerar inovação e criatividade.
Caminho 4	Processo visionário	Desenvolver uma visão e aprender a identificar oportunidades
Caminho 5	Rede de relações	Estabelecer relações que possam servir de suporte ao desenvolvimento e aprimoramento da idéia do negócio e sua sustentação
Caminho 6	Avaliação das condições para iniciar um plano	Reunir e avaliar todas as condições para elaborar um plano
Caminho 7	Plano de negócio	Metas mensuráveis, flexibilidade no plano, indicadores de evolução, compromisso coletivo, revisão de metas, aprender com a experiência.
Caminho 8	Capacidade de negociar e apresentar uma idéia	Cooperação entre pessoas, parceiros ou empresas para alcançar objetivos de tal forma que todos saiam ganhando.

Fonte: Wikipédia, A enciclopédia livre – adaptado pelos autores.

### 2.7 Características

Uma pessoa empreendedora precisa ter características diferenciadas como originalidade, ter flexibilidade e facilidade nas negociações, tolerar erros, ter iniciativa, ser otimista, ter autoconfiança e ter intuição e ser visionário para negócios futuros. Um

empreendedor é um administrador, necessita ter conhecimentos administrativos, ter uma política para a empresa, ter diligência, prudência e comprometimento.

**As coisas podem ficar melhores.** Um empreendedor deve acreditar que o modelo atual pode ser melhorado. Ele compreende que não será nada fácil traduzir esta frase em resultados e por isso, é a primeira pessoa a aceitar o desafio de mudar. É a primeira pessoa a se responsabilizar caso algo falhe em toda a trajetória do empreendimento. Empreendedores gostam de mudanças.

**A arte de ver mais longe e evoluir com erros".** Através de mudanças, se obtém experiências e estas, traduzem-se em ciência, que por sua vez é utilizada para fins evolutivos. Logo não parece ser apenas um golpe de sorte, quando observamos elevado *know how* de empreendedores em ambientes de negócios.

Quando há evolução, há melhora. Definitivamente, empreendedores são pessoas que não apreciam situações de normalidade ou mediocridade.

Empreendedores são antes de tudo, pessoas que tem a capacidade de enxergar o invisível. A isso, intitula-se a famosa máxima: Empreendedores possuem visão.

**Empreendedores adoram não como resposta.** Inovações em corporações e corporações com inovações surgem na maioria, em momentos de necessidade. Momentos de necessidade demandam grandes soluções, que por sua vez, demandam grandes idealizadores. Para qualquer solução necessária, exige-se riscos e tentativas. Riscos e tentativas costumam estar presentes em ambientes dinâmicos e hostis.

Em resumo, alguém precisa ter "estrutura" profissional e emocional para ir em direção contrária do fluxo praticado. Em primeira estância e, em 99% das vezes, o primeiro *feedback* solicitado trará péssimos incentivos. "Não, isto não vai dar certo". Empreendedores adoram não como resposta, eles seguem adiante exaurindo possibilidades e visionando o por vir.



### 3 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO SUCESSO EMPRESARIAL

A força que empurra o empresário para o sucesso é, sem dúvida, a vontade de enfrentar o desafio de abrir o próprio negócio. Mas somada a essa vontade tem que haver a disposição para adquirir conhecimentos e para desenvolver comportamentos adequados a empreendedores bem sucedidos. Pesquisas feitas com empresários bem sucedidos, conforme detectado pela Revista Isto é Negócios<sup>1</sup> identificaram qualidades especiais comuns a todos eles. Aproveitando essa "receita" montou-se um decálogo do empreendedor de sucesso. Dez itens que revelam a personalidade de homens e mulheres que foram à luta e obtiveram seu lugar no mercado e, os autores do trabalho apresentam com o intuito de proporcionar melhores condições de se implementar um empreendimento e ter, como consequência, o sucesso desse negócio.

#### 3.1 Assumir Riscos

Esta é a primeira e uma das maiores qualidades do verdadeiro empreendedor. Arriscar conscientemente é ter coragem de enfrentar desafios, de tentar um novo empreendimento, de buscar, por si só, os melhores caminhos. É ter autodeterminação. Os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a lidar com eles, os grandes nomes de sucesso empresarial tiveram no risco o seu maior aliado, enquanto que, a maioria prefere ficar estática e não correr riscos, os verdadeiros campeões assumem os riscos, sempre embasados em muito estudo e, acima de tudo, muita dedicação.

Desenvolver uma estratégia competitiva e bem sucedida requer uma compreensão profunda e completa não apenas de seus concorrentes e dos movimentos que estão ocorrendo, mas de uma série de outros fatores que também têm potencial de influenciar sua posição de mercado. É tão importante saber as forças que você tem internamente na organização, quanto saber os desafios e as oportunidades que podem existir do lado de fora,

---

<sup>1</sup> Revista Isto É – Negócios – número 34, março 2004.

de acordo com os conceitos de Bellino e Case (2006)<sup>2</sup>

### **3.2 Identificar Oportunidades**

Ficar atento e perceber, no momento certo, as oportunidades que o mercado oferece e reunir as condições propícias para a realização de um bom negócio é outra marca importante do empresário bem sucedido. Ele é um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

O conhecimento do mercado em que está inserido é de vital importância que se conduzam pesquisas para determinação de quais produtos estão sendo oferecidos ao seu mercado alvo e a que preço. Sem essa informação básica, você poderá estar formulando o desenvolvimento de seus produtos e fixando sua estratégia de preço às cegas.

### **3.3 Conhecimento**

Quanto maior o domínio de um empresário sobre um ramo de negócio, maior é sua chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em centros de ensino, ou mesmo de "dicas" de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.

De acordo com Bellino e Case<sup>3</sup>, a identificação das forças e fraquezas de sua organização, através de uma avaliação honesta dos recursos de sua companhia, e eventuais falhas, é fundamental para um planejamento estratégico eficaz. Potencializar as suas forças e diferenciais para aproveitar as oportunidades do mercado. Ficar atento às fraquezas da sua organização, especialmente as que podem impactar negativamente os seus clientes, pois estará oferecendo vantagem à concorrência.

---

<sup>2</sup> BELLINO, Ricardo. Fundador da Trump Realty Brazil. CASE, Silvana. Vice-Presidente executiva do Grupo Catho. Como Desenvolver uma Estratégia Competitiva Vencedora (2006)

<sup>3</sup> Op. Citadas.

### **3.4 Organização**

Ter capacidade de utilizar recursos humanos, materiais - financeiros e tecnológicos - de forma racional. Resumindo: ter senso de organização. É bom não esquecer que, na maioria das vezes, a desorganização - principalmente no início do empreendimento - compromete seu funcionamento e seu desempenho.

Compreender o cenário competitivo é crucial para o desenvolvimento de uma estratégia competitiva vencedora. Entretanto, para conseguir sustentar uma vantagem competitiva, é igualmente importante definir o que o futuro trará em termos de interesses e necessidades. Sem esse link entre o hoje e o amanhã, as chances de permanência longa no mercado são mínimas e isso requer muita organização e determinação empresarial.

### **3.5 Tomar Decisões**

O sucesso de um empreendimento, muitas vezes, está relacionado com a capacidade de decidir corretamente. Tomar decisões acertadas é um processo que exige o levantamento de informações, análise fria da situação, avaliação das alternativas e a escolha da solução mais adequada. O verdadeiro empreendedor é capaz de tomar decisões corretas, na hora certa.

Alguns exemplos de vida nos remetem a avaliar a necessidade de uma tomada de decisão, que não pode ser protelada de forma alguma, como exemplo poderia ser citado o piloto de um jato de caça que necessita, em fração de segundos, agir e acertar o rumo de sua ação, o seu sucesso dependerá de sua tomada de decisão. Da mesma forma, um piloto de fórmula 1, que deve decidir entre ultrapassar e deixar para o último instante uma freada e a retomada de aceleração e, em centésimos de segundo o seu acerto poderá ser verificado, nas palavras de Michael Shumacker, ex piloto de fórmula 1 e, o maior vencedor da história desse esporte.

### 3.6 Liderança

Liderar é saber definir objetivos, orientar tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, estimular as pessoas no rumo das metas traçadas e favorecer relações equilibradas dentro da equipe de trabalho, em torno do empreendimento. Dentro e fora da empresa, o homem de negócios faz contatos. Seja com clientes, fornecedores e empregados. Assim, a liderança tem que ser uma qualidade sempre presente.

Na visão de Bernardinho<sup>4</sup>, um profissional para passar de um liderado para um *coach* precisa passar por um período de estudo intensivo para conhecer bem a área que vai atuar. O técnico da seleção masculina de vôlei apresenta uma série de fatores que demonstra a visão de um líder, e dentre tantos, os autores do trabalho destacam:

- a) Saber brilhar através do brilho dos outros;
- b) Detectar e desenvolver talentos; e
- c) Viabilizar o crescimento (mais do que ensinar algo, ajudar a aprender)

Bernardinho acredita que, muito mais do que apenas trabalhar fundamentos técnicos ou formular estratégias, ter a visão de um líder é monitorar todos os aspectos que envolvem o desenvolvimento de sua equipe.

### 3.7 Dinamismo

Um empreendedor de sucesso nunca se acomoda, para não perder a capacidade de fazer com que simples idéias se concretizem em negócios efetivos. Manter-se sempre dinâmico e cultivar um certo inconformismo diante da rotina é um de seus lemas preferidos.

De acordo com Jim Collins<sup>5</sup>, o verdadeiro líder, é aquele que tem o dinamismo dentro de si, é aquele que nunca se dá por satisfeito, que imagina sempre ter algo mais para atingir. “A grandeza é algo que vem daqueles que não acham que são”. Estas pessoas usam de

---

<sup>4</sup> Bernardinho. Técnico da Seleção Brasileira de Vôlei Masculino e considerado por muitos, o mais completo líder dos esportes coletivos do Brasil nos na década atual. Em entrevista a HSM-ExpoManagement, 2006.

<sup>5</sup> COLLINS, Jim. Autor do clássico: “Feitos para Durar”, em entrevista a HSM-ExpoManagement (2006)

simplicidade em suas ações. “Um simples pássaro consegue ser mais rápido que a esperta raposa”.

### **3.8 Independência**

Determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos, ser seu próprio patrão, enfim, buscar a independência é meta importante na busca do sucesso. O empreendedor deve ser livre, evitando protecionismo que, mais tarde, possam se transformar em obstáculos aos negócios. Só assim surge a força necessária para fazer valer seus direitos de cidadão/empresário.

Os autores do trabalho buscaram nessa relação, a força maior para que um empreendedor seja bem sucedido e tenha de fato a ousadia necessária para se atingir o sucesso, almejar algo que sabe que será difícil de ser atingido, porém, acima de tudo, dependerá praticamente dele e só dele o sucesso final.

### **3.9 Otimismo**

Esta é uma característica das pessoas que enxergam o sucesso, em vez de imaginar o fracasso. Capaz de enfrentar obstáculos, o empresário de sucesso sabe olhar além e acima das dificuldades.

O empresário de sucesso sempre acredita que pode atingir ao que se propõe, sabe das dificuldades que encontrará pelo caminho, porém, nunca acredita que será derrotado, sempre tem em sua mente e em seu futuro, o sucesso como sendo sua meta principal.

### **3.10 Tino Empresarial**

O que muita gente acredita ser um "sexto sentido", intuição, faro empresarial, típicos de gente bem sucedida nos negócios é, na verdade, na maioria das vezes, a soma de

todas as qualidades descritas até aqui. Se o empreendedor reúne a maior parte dessas características terá grandes chances de ter êxito. Quem quer se estabelecer por conta própria no mercado brasileiro e, principalmente, alcançar vãos mais altos, na conquista do mercado externo, deve saber que clientes, fornecedores e mesmo os concorrentes só respeitam os que se mostram à altura do desafio.

O comprometimento é parte primordial para que, aliado ao tino comercial, sejam os projetos traçados, traduzidos em realizações bem sucedidas, existe um grupo de pessoas, de acordo com Souza<sup>6</sup>, que o sentido da vida e do sucesso empresarial está comprometido com novas e melhores oportunidades de relacionamento interpessoal, tendendo a entender e a aceitar as diferenças entre as pessoas e grupos. Observar as oportunidades como as conquistas como ações coletivas e o trabalho como um dos elementos naturais do cotidiano. O autor diz que as pessoas parecem brincar enquanto trabalham, tamanha a satisfação que sentem pelo que faz, repercutindo favoravelmente para o sucesso pessoal e empresarial.

---

<sup>6</sup> SOUZA, Carlos Marcelo Sant'Anna de. É consultor e palestrante em RH, responsabilidade social, em artigo publicado pela HSM – Nov/2006, intitulado “A palavra em questão é comprometimento.

## 4 O FOCO NO EMPREENDIMENTO

Diante das diversas oportunidades que surgem aos empreendedores e após a realização de pesquisas visando descobrir/identificar qual seria o empreendimento a ser focado nos estudos realizados pelos autores do trabalho, o direcionamento recaiu em uma lanchonete, com local previamente estipulado, resultado de pesquisas de mercado e da visão empreendedora dos participantes do grupo de trabalho, foi desenvolvido um estudo técnico, adequando aos conhecimentos e ensinamentos bibliográficos, efetuar a projeção daquilo que pode vir a ser um empreendimento de fato.

Necessário se faz justificar que não significa o ramo de atividades que maior lucro poderia proporcionar perante o capital sugerido como investimento, mas sim, a oportunidade de negócio, dando mais ênfase ao profissional empreendedor do que ao profissional trabalhador, levando em conta, inclusive, a não necessidade de um grande conhecimento para o foco sugerido.

A escolha do ramo de atividades como sendo o estudo de uma lanchonete deveu-se a oportunidade levantada por um dos membros do grupo de trabalho e, posteriormente, pela concordância dos participantes desse grupo, que abraçaram a real possibilidade de implementação dessa atividade, sendo, inclusive, cogitada a real implementação desse empreendimento.

Acreditando possuir competência para gerir um negócio, a oportunidade foi sendo estudada e os levantamentos aqui efetuados serão de fundamental importância para o incremento dessa atividade, que, aliada aos conhecimentos teóricos e na vontade de vencer e não cedendo aos limites impostos pelo grande desafio que representa, e, citando o defendido por Paulo Angelim<sup>7</sup>, “Competência é a capacidade que um indivíduo possui de expressar um juízo de valor sobre algo a respeito de que é versado”, ou ainda, “a soma de conhecimentos ou de habilidades” de alguém. Assim, a sua capacidade de se expressar em público de realizar cálculos matemáticos rápidos, de atender clientes com entusiasmo e empatia, de se comunicar com fluência em outra língua, ou ainda de liderar com maestria equipes de vendas ou incrementar um empreendimento, de ser, de fato, alguém que acredita em si e no seu próprio potencial, esse é o diferencial competitivo e essa foi a mola propulsora da escolha desse ramo

de atividade, a seguir descrito.

#### **4.1 Ficha Técnica**

Nesse tópico procurou-se identificar, dentro do empreendimento, quais seriam as principais características, necessárias de serem conhecidas para melhor entender e justificar a sua identificação:

- a) Setor da economia: terciário;
- b) Ramo de atividade: comércio;
- c) Principal produto: comércio varejista de lanches e acessórios complementares.

#### **4.2 Apresentação**

Quando o empreendedor se pergunta: "Que tipo de negócio montar?" "Lanchonete" é uma das respostas mais freqüentes. Por ser um dos últimos setores a ser abalado por crises econômicas - o que pode ser traduzido para dinheiro em caixa diariamente e adaptação a todo tipo de público e investimento - a área de alimentação é opção freqüente entre empreendedores que procuram começar um negócio. O ramo é bastante receptivo por oferecer um item de consumo que atinge todas as camadas da população, abrindo para o empreendedor um amplo leque de possibilidades.

Os integrantes desse grupo de trabalho, através dos conhecimentos adquiridos na Faculdade, podem afirmar que, não basta ter o direcionamento ou a intenção de realizar um empreendimento que produza receita financeira suficiente para sua manutenção, mas sim, estar feliz e satisfeito com suas atividades, e, cada vez mais, obter prazer naquilo que faz e, fazer bem feito, procurar ser o melhor na sua atividade, aliando o foco, com o conhecimento teórico.

---

<sup>7</sup> ANGELIN, Paulo. Consultor de empresas em seu artigo publicado: Supere seus Limites. (2005)



### **4.3 Mercado**

O setor de alimentação é bastante competitivo, mas há cordialidade entre os empreendedores. Pode-se encontrar bares e lanchonetes convivendo lado a lado, criando mais opções para o consumidor.

Os autores do trabalho puderam observar que os produtos, em síntese, são, praticamente os mesmos, em todos os estabelecimentos dessa natureza, porém, observaram, da mesma forma, que o atendimento, a limpeza, o pronto atendimento são fatores fundamentais para o sucesso do empreendimento, sendo que em muitos casos, alguns empresários conseguem apresentar inovações onde parecia não haver mais nada para ser criado. A constante preocupação em bem atender, aliado aos anseios dos clientes, e, principalmente, se você tiver um público específico e diferenciado, as novidades sempre são bem vindas e podem significar o diferencial de seu negócio.

### **4.4 Localização**

A escolha do ponto comercial é, seguramente, um dos aspectos mais importantes para o sucesso do empreendimento. Estar próximo de escolas, comércio ou escritórios em geral traz bons resultados. É importante frisar que a escolha do local deve estar associada à linha de produtos e serviços oferecidos, visto que este é quem vai determinar a formação de um público específico.

Dois segmentos distintos de defesa com relação à localização de um estabelecimento comercial, sendo que o primeiro, defende que os empreendimentos devem estar, preferencialmente próximos aos demais de sua categoria e ramo de atividade, proporcionando condições de a clientela poder escolher entre as opções, facilitando o deslocamento, o estacionamento e outras comodidades que buscam os clientes. O segundo segmento defende a necessidade de estarmos atentos a novas oportunidades de sermos precursores e, é neste segmento que os autores do trabalho focaram para defender a localização sugerida para a instalação de uma lanchonete.

#### **4.5 Estrutura**

A estrutura deverá ter seus espaços bem definidos e distribuídos, ou seja, a distribuição dos equipamentos será bastante importante, pois dela dependerá a facilidade de locomoção dos funcionários. Além disso, devido ao tipo e número de equipamentos utilizados, deve-se dar especial atenção à instalação elétrica. O objetivo é evitar sobrecarga. A área destinada ao público terá 02 banheiros (masculino/feminino), sendo que o banheiro de funcionários deverá ser instalado distante da área de atendimento. Para instalações em áreas mais reduzidas, com pequeno balcão e sem lugar para sentar, poderá haver apenas um lavabo. A área reservada para estoque deverá ser bem protegida, arejada e separada do público.

Deve ser realçada a intenção dos autores do trabalho em apresentarem uma proposta que está focada no perfil dos componentes do grupo e no perfil da clientela alvo, sendo que novas propostas de estrutura deverão ser adaptadas, até mesmo para que o período considerado de ociosidade, como nas férias escolares, transformando o ambiente em polivalente, não permitindo que o empreendimento fique restrito ao seu público foco, a criatividade e a necessidade de superar os limites, de serem versáteis, dos empreendedores serão a maior fonte de sucesso contínuo da proposta ora sugerida.

#### **4.6 Equipamentos**

Dentre os equipamentos que foram analisados em outras lanchonetes e, de acordo com o propósito do empreendimento focado, destacamos aqueles que mais serão necessários, lembrando que outros, ora não citados, deverão ser acrescentados ao rol daqueles aqui sugeridos, assim sendo, os básicos para a implantação são:

- a) Freezer horizontal com geladeira, balcão frigorífico, chapeira, exaustor, espremedor de frutas, liquidificador, vitrine quente, estufa, fritadeira elétrica, forno microondas, forno elétrico, louças em geral (talheres, pratos, copos etc.);
- b) Chopeira;

- c) Prateleiras para exposição de bebidas, banquetas, mesas, cadeiras;
- d) Prateleiras para estocagem;
- e) Caixa registradora, equipamentos, móveis e utensílios.

Vale realçar que a quantidade sugerida está vinculada ao volume de atendimentos esperados, porém, a flexibilidade para adaptação de um crescimento ou para bem atender em horários de pico, visto a especificidade da clientela proposta.

#### **4.7 Investimentos**

Estudos preliminares, fundamentados na proposta de máquinas e equipamentos necessários e elencados no item equipamentos, deverão atingir a cifra aproximada de R\$16.000,00 (Dezesseis Mil Reais), de acordo com pesquisa realizada junto a fornecedores desses equipamentos, isto se falando restritamente dos equipamentos, maquinas e utensílios para a lanchonete.

Para a implantação deste projeto no local sugerido, no caso, próximo ao Campus da UNIESP, será necessário aquisição do terreno e a construção do estabelecimento no local. Por meio de pesquisas realizadas no mercado imobiliário de Presidente Prudente, obtivemos a informação que um terreno de 252 m<sup>2</sup> (duzentos e cinquenta e dois metros quadrados) nesta área custa em média R\$ 30.000,00 (Trinta Mil Reais) e a construção de um prédio tipo barracão no tamanho de 15m X 12m custaria em torno de R\$ 40.000,00 (Quarenta Mil Reais), perfazendo um total de R\$ 86.000,00 (Oitenta e Seis Mil Reais), capital este sugerido para a implantação.

#### **4.8 Pessoal**

Levantamentos em pesquisas realizadas pelos autores do trabalho, demonstram que são necessários, além de considerarmos o empreendedor gerenciando pessoalmente o

estabelecimento, alguns outros funcionários, tais como:

- a) Chapeiro;
- b) Responsável pelos pratos rápidos e lanches;
- c) Copeiros que farão o atendimento ao público e ajudarão no preparo de lanches simples, sucos e coquetéis, etc.

Dependendo do horário estimado para o funcionamento do estabelecimento, será necessário adotar dois turnos de trabalho, o que implica no aumento do número de funcionários. A oferta deste tipo de mão-de-obra é grande, mas o empreendedor deverá ser criterioso na seleção dos funcionários, porque eles terão influência direta no sucesso de seu negócio, uma vez que serão responsáveis pela preparação dos pratos e, o que é mais importante, estarão em contato com a clientela e, acreditam os autores do trabalho que, em um primeiro momento, o mais sensato seria apenas um turno e, aprender quais são as exigências e anseios do público alvo. Algumas características são particularmente importantes para estes profissionais, tais como:

- a) Preocupação com o asseio pessoal e higiene;
- b) Bom contato pessoal;
- c) Ser paciente e gentil.

#### **4.9 Funcionamento**

A escolha do horário de funcionamento dependerá do público que se pretende atingir, além da localização do estabelecimento. Geralmente, trabalha-se em horário de funcionamento estendido, superando o primeiramente proposto pela casa.

Vale ressaltar a necessidade de acordo com o horário e a localização, estar preparado para tipos especiais de alvará de funcionamento e outros quesitos relativos aos

órgãos de fiscalização, lembrando que prevenir é melhor que remediar.

#### **4.10 Fornecedores**

Não constituem problema, já que existem inúmeras opções de fornecedores. Mas é importante realizar uma pesquisa de mercado a fim de montar um cadastro dos fornecedores que melhor se adequem às necessidades. A gama é enorme: atacadistas, distribuidores, importadoras, supermercados, feiras livres, açougues, casas de frios, panificadoras, adegas. Outra alternativa diz respeito às visitas a hipermercados, que muitas vezes oferecem produtos a preços mais baixos que o distribuidor.

Frutas, legumes e vegetais deverão ser comprados em menores quantidades e maior frequência para evitar perdas e garantir produtos sempre frescos. Grandes distribuidores, como, por exemplo, as CEASAs, devem ser bem analisados, pois nem sempre são os mais adequados representando muitas vezes operações inadequadas se levarmos em consideração os fatores distância x tempo x volume de compras, e portanto sem compensação. Produtos não perecíveis ou congelados poderão ser comprados dentro de prazos mais elásticos. São questões a serem estudadas após a definição do cardápio e, conseqüentemente, do tipo de produtos com os quais se pretende trabalhar logo no início do negócio.

#### **4.11 Estoques**

A própria rotina do estabelecimento é que fornecerá dados para a estruturação do programa de compras. Embora o sistema de trabalho varie de um estabelecimento para outro, algumas rotinas são comuns a todos eles. Diariamente, o empreendedor deverá certificar-se de que todos os itens do cardápio estão disponíveis e de que a casa está em perfeitas condições de higiene. É recomendável que a verificação de estoque seja feita logo após o fechamento do estabelecimento, quando também será feita a limpeza. No dia seguinte a rotina prosseguirá com a realização das compras necessárias, seguidas de armazenagem dos produtos.

Vale ressaltar que a qualidade dos produtos e a preocupação que eles estejam sempre frescos e apresentáveis, sendo que alguns desses produtos passíveis de estoques, devem ser verificados em função da perecibilidade dos mesmos e da relação custo X benefício.

#### **4.12 Características**

É importante destacar que este tipo de negócio exige bastante do empreendedor, dessa forma, os autores do trabalho procuraram demonstrar, através dos estudos bibliográficos e entrevistas realizadas junto a empresários do ramo, em especial àqueles que foram considerados pelos integrantes do grupo, empresários bem sucedidos e, de acordo com o depoimento desses empreendedores, apresentar duas das características consideradas mais importantes para caminhar em direção ao sucesso empresarial:

- a) **Versatilidade** - É necessário ter criatividade e flexibilidade para acompanhar as oscilações de mercado e solicitações da clientela;
- b) **Comportamento** - O empreendedor deve estar preparado para, em algumas situações, lidar com clientes que poderão se tornar inconvenientes, em função de exagero no consumo de bebidas. É preciso estar atento para não servir bebidas alcoólicas a menores de idade, o que é proibido por lei. Conclui-se que a forma desejável de proceder dentro deste contexto compreende características flexíveis. É preciso jogo de cintura, paciência, habilidade no trato interpessoal, simpatia, firmeza e, principalmente, disposição.

#### **4.13 Decisões**

Com o objetivo de apresentar atributos necessários e de suma importância para ser um empreendedor de sucesso e gerenciar, de forma profissional seus empreendimentos, deverá o empreendedor certificar-se e ter como regras gerais:

- a) Conversar com outros profissionais;
- b) Definir o público alvo (o que determinará o estilo do negócio);
- c) Realizar pesquisa de mercado a fim de identificar o potencial da região, carências no mercado, tendências, etc.

#### **4.14 Linha de Atuação**

Existem no mercado desde estabelecimentos bastante simples, que têm como carro chefe o popular "PF" (prato feito) e bebidas populares (cachaça, vermute etc.), até aqueles que desenvolvem uma linha de lanches especial e bebidas de primeira linha, voltados para o chamado público classe A. Enfim, tudo será determinado pelo público alvo, que por sua vez é resultado de uma reunião de fatores como: localização do estabelecimento, tipo de produtos e serviços ofertados.

Em alguns casos, quando se verificar a atipicidade da localização, de períodos de maior pico e público específico de clientela, pode ser adaptado mais de um padrão de atendimento, citando como exemplo uma lanchonete que, aos finais de semana, foca um público mais jovem e, durante os dias de semana, tem o seu foco voltado para as famílias ou entregas a domicílio.

#### **4.15 Cardápio**

Montar uma lanchonete significa poder trabalhar num nível intermediário de oferta de produtos. Não se fica limitado aos sanduíches, podendo-se produzir outros pratos sem a necessidade da infra-estrutura de um restaurante. É por isto que um dos itens de grande importância para o sucesso da lanchonete, juntamente com a qualidade dos produtos, é o cardápio oferecido. É fundamental para o sucesso do negócio que ele seja bem planejado. Uma sugestão para evitar sobrecarga nos horários de maior movimento e falhas no cardápio, é o preparo antecipado de alguns lanches e pratos de maior saída (principalmente se for adotado

o sistema de "prato do dia"), sem esquecer jamais dos cuidados com a conservação e a higiene dos alimentos.

### **Lembretes importantes.**

Alguns outros fatores que o empreendedor deve levar em consideração:

- a) Dispor de tempo para dedicar-se ao negócio;
- b) Se identificar com o produto, quer dizer, gostar de comer, criar pratos, servir seus experimentos aos amigos e freqüentar os templos gastronômicos;
- c) Não necessariamente o empreendedor precisará possuir as características citadas acima. O importante é que haja alguém diretamente envolvido com o dia a dia do negócio (gerente, sócio, responsável etc.) que apresente este perfil.

#### **4.15.1 Sugestão de cardápio**

A intenção dos autores do trabalho foi oferecer, a nível de sugestão, um modelo, considerado simples e eficaz de cardápio mínimo para o público que se pretende atingir, levando em consideração o período do ano, o fluxo de pessoas e a clientela foco, no caso da sugestão de localização em estudo:

- a) Bebidas: refrigerante, água mineral, cerveja, suco, vitamina, chocolate quente.
- b) Café: expresso, pingado, capuccino.
- c) Doces: doces variados e bolo.
- d) Porções: batata frita, calabresa, provolone.
- e) Sanduíches: frango, queijo, misto, completo.
- f) Pizzas: mussarela, frango, milho, calabresa.
- g) Salgados: pizza frita e assada, esfiha, rissoles, coxinha, kibe, empada, pão de



queijo.

- h) Sorvetes: chocolate, creme, coco, morango.

#### **4.16 Legislação Específica**

Torna-se necessário tomar algumas providências para a abertura e funcionamento do empreendimento, sendo que a não observação dos quesitos aqui apresentados poderá gerar problemas de toda sorte e a exposição à riscos desnecessários, assim, sugerem os autores do trabalho, basicamente:

- a) Registro na Junta Comercial;
- b) Registro na Secretária da Receita Federal;
- c) Registro na Secretária da Fazenda;
- d) Registro na Prefeitura do Município;
- e) Registro no INSS; (Somente quando não tem o CNPJ Pessoa autônoma Receita Federal);
- f) Registro no sindicato patronal;

O novo empresário deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar seu empreendimento para obter informações quanto às instalações físicas da empresa (com relação a localização) e também o Alvará de Funcionamento. Além disso, deve consultar o Procon para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 11.09.1990), órgãos de higiene, inclusive.

## **5 IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS E OPORTUNIDADES DO NEGÓCIO**

Ao detectar possíveis problemas com a realização do empreendimento, que representam os riscos do negócio e precisam ser muito bem compreendidos pelo futuro empreendedor, antes que ele inicie seu negócio próprio, é preciso obter possíveis soluções para os riscos, a fim de iniciar um negócio de sucesso.

Na detecção de problemas, devemos ter cuidado especial com aqueles que podem, de uma forma ou de outra, invalidar o conceito do negócio. Identificando um desses riscos, é preciso rever o conceito do negócio até encontrar uma variante que minimize seus efeitos, de tal forma que sua eventual ocorrência não inviabilize o negócio. A identificação e a solução desse tipo de risco constituem o teste final da viabilidade do conceito do negócio.

Em seguida, vamos descrever, a título de exemplo, alguns possíveis problemas que podem ocorrer na realização de um negócio próprio.

### **5.1 Problemas de Ordem Pessoal**

O incremento de um empreendimento sempre é seguido de diversos tipos de problemas de ordem interna e externa e, nesse sentido, destacam os autores do trabalho que ocorrem problemas pessoais, com certa intensidade, em especial quando o futuro empreendedor não se sente atraído pelo negócio, como quando não gosta ou não sabe realizar algumas das tarefas obrigatórias do negócio ou mesmo quando não dispõe de tempo ou energia necessários para executá-las.

Problemas de ordem pessoal podem ocorrer, também, quando o futuro empreendedor não tem a capacidade administrativa, técnica e mercadológica que o negócio exige ou não dispõe de recursos financeiros necessários para a realização do empreendimento.

O surgimento de problemas de ordem pessoal como os acima citados, não evidenciam, necessariamente, que o empreendimento será um insucesso, até mesmo porque existem treinamentos próprios para que o novo empreendedor passe a observar posturas e maximização de suas técnicas de liderança, de reconhecimento e de aceitação de

personalidades distintas entre elementos de um grupo, respeitando a individualidade de cada ser e retirando de cada um deles, o melhor para a empresa, proporcionando crescimento individual e empresarial.

## **5.2 Problemas de Comercialização**

O simples fato de dar início a um empreendimento, implica na necessidade de certas definições, exemplificando a definição do conceito do negócio, foi determinado a necessidade, o grupo de clientes e como vamos atendê-los. Mas isto não é o bastante para assegurar o sucesso na comercialização. É preciso resolver todos os problemas relacionados com a identificação dos clientes, a abordagem desses clientes, seus hábitos de compra, suas possíveis reações, o potencial de mercado e a determinação das vantagens competitivas em relação aos concorrentes, não devem, em hipótese alguma, os empreendedores julgarem que tais conhecimentos não servem para o seu ramo de atividades, pois o que se verifica é que em todos os tipos de empreendimentos existem diferenças e características próprias de sua clientela, que mesmo sendo de ramo de atividade semelhante, ainda varia de acordo com a região, com os costumes, com a idade do público, enfim, problemas de toda sorte que precisam ser levados em consideração pelos empreendedores.

Não é suficiente, por exemplo, definir o grupo de clientes potenciais; precisamos desenvolver uma metodologia para identificá-lo entre a multidão e, através de uma abordagem, atraí-los para comprar seus produtos ou serviços. No caso de um produto ou serviço novo, pode ser necessário mudar os hábitos de consumo dos clientes, o que, normalmente, só é possível quando temos clara vantagem competitiva em relação ao produto ou serviços que anteriormente atendia a suas necessidades. Além disso temos de prever reações negativas dos clientes a nossos produtos e serviços. É comum pessoas reagirem negativamente a mudanças ou inovações que afetem hábitos arraigados. Por fim, temos que dimensionar o potencial do mercado e a rapidez com que possíveis clientes pode ser convertidos aos nossos produtos e serviços.

Podemos concluir que o sucesso de um empreendimento que é gerenciado de uma determinada maneira, proporcionará o sucesso de um outro empreendimento similar, mesmo que o empreendedor procure se espelhar em um empreendimento já de sucesso

reconhecido. Por maior que seja o conhecimento teórico, deverá o gestor/empreendedor estar atento às constantes mudanças de hábitos de gostos e aos novos anseios de sua clientela, que hoje em dia é muito menos fiel que há tempos atrás, o vínculo se mantém até que suas necessidades estejam sendo atendidas e, o tempo não garante a fidelidade, o importante é manter-se atualizado e não permitir que os seus concorrentes possam estar à sua frente, seja pró-ativo.

### **5.3 Problemas de Rentabilidade**

Um dos fatores primordiais para a permanência de um empreendimento no mercado, é, sem dúvida alguma, a rentabilidade por ele proporcionada e, nessa direção, é importante ressaltar que faz parte da definição do conceito do negócio a determinação do preço do produto ou serviço com o qual o futuro empreendedor pretende atender necessidade do grupo de clientes, para saber se eles estão dispostos a pagar por esse produtos ou serviços. Para se determinar o preço, é preciso estimar todos os custos diretos e indiretos do empreendimento, incluindo-se a remuneração do investimento em ativos e capital de giro, este é o mínimo a ser atendido, agregando-se a estes itens, todos os custos que não estão explícitos e saber explorá-los, de forma a não permitir que a rentabilidade proposta extrapole o preço de venda de mercado e não reflita negativamente no preço proposto do produto.

Os custos diretos podem ser estimados com relativa facilidade pela simulação da atividade empreendedora, informações de fornecedores, de concorrentes, projeção de salários e de custos. Estimado o custo direto do produto ou serviço, devemos acrescentar-lhe a margem de contribuição necessária para cobrir os custos indiretos do lucro que se pretende auferir do empreendimento. Além dos custos indiretos e o lucro pretendido, deve haver reservas para absorver imprevistos, que sempre acontece, e enfrentar concorrentes através de descontos.

Ao final dos trabalhos, os autores puderam observar que grande parte dos micro empresários que tiveram insucesso em seus empreendimentos, apesar de, teoricamente, apresentarem todos os pré-requisitos para serem bem sucedidos, deveu-se a não realização ou não consideração de itens como a inadimplência e as surpresas de comércio, quer sejam pelos concorrentes ou até mesmo pelos seus fornecedores e empregados.

## 5.4 Experiências Similares

Deve o empreendedor, antes de iniciar um ramo de atividades, identificar os riscos do negócio e só após, dar início à avaliação e à procura de soluções para esses riscos. Em alguns casos, isto é fácil, mas em outros, o futuro empreendedor precisa desenvolver pesquisas para encontrar respostas que lhe permitam avaliar esses riscos e deve encontrar soluções para resolvê-los ou, pelo menos, minimizar seus efeitos.

Nessa direção, uma das melhores fontes de pesquisa sobre os riscos de um negócio é voltada para as experiências similares, idéias e soluções de empreendedores veteranos no setor, isto é, como eles resolveram ou minimizaram os riscos dos seus negócios. Na maioria dos casos, as respostas a essas perguntas são óbvias e de fácil obtenção. Basta uma boa conversa com um empreendedor do ramo para se encontrar as soluções que podem causar transtornos e prejuízos enormes, que só são observados por aqueles que já detém uma boa experiência no ramo, qualquer que seja o ramo de atividade e qualquer que seja a formação profissional do empreendedor, pois a prática ainda é a maior fonte de informações.

Ocorre, porém que, se o futuro empreendedor não desenvolver bem a fase de identificação dos riscos do negócio, não vai saber o que perguntar ou observar. Nesse caso, não basta apenas perguntar quais riscos e suas soluções, uma vez que é pouco improvável que o empreendedor se lembre de todos os riscos que enfrentou, por mais disposto que esteja a ajudar, o que nem sempre é o caso com um concorrente potencial. É comum os empreendedores bem sucedidos não terem identificado grandes riscos do seu negócio e, simplesmente, terem tido sorte. É esta razão por que, para cada um que tem sorte e sucesso, quatro fracassam completamente, e seis não passam de pequenos negócios.

Grandes empreendedores de sucesso comprovado tiveram no início de suas vidas, a necessidade de trabalhar em diversos setores da empresa, passando, inclusive por departamentos considerados de menor importância, para, somente após adquirir experiência e conhecimento dos problemas pontuais, atingirem cargos de maior relevância. O caso da Disney é o maior exemplo vivenciado no mundo, onde todos os gestores, ainda hoje, passam por experiências nos mais diversos setores do empreendimento, chegando até mesmo a atuarem como pessoal de limpeza da Disney, para sentirem se os clientes estão satisfeitos e apresentarem propostas de melhoria, independentemente do cargo ocupado.

## 5.5 Ponto Comercial.

De acordo com o professor de MBA da Faculdade Economia e Administração da USP João Paulo Lara de Siqueira, a compra não planejada, é aquela feita sem que a decisão tenha algum fator racional. Assim sendo, prevalece a necessidade do ponto comercial estratégico, que possibilita abranger tais compras eventuais e não programadas, que apesar de não serem aconselhadas, podem ser necessárias.

Para especialistas, na escolha do ponto, é necessário observar quatro itens: acesso, concorrência, imóvel e público alvo. Tais observações foram obtidas através da Folha de São Paulo, 08/09/2002 – SEBRAE Coleção do Empreendedor.

- a) **Acesso:** Dê preferências para locais com fácil acesso por ônibus, metrô ou carro, e com vagas para estacionamento.
- b) **Concorrência:** Compare seus preços e produtos com a concorrência. Em grandes centros pondere a possibilidade de estar lado a lado com a concorrência em bairros temáticos.
- c) **Imóvel:** Avalie bem as instalações, a possibilidade de explorar a fachada, bem como as divisões internas e a iluminação, pesando o tempo para reforma e os custos que a mesma implicaria.
- d) **Público alvo:** A análise se a renda média e comportamento do consumidor local estão condizentes com o padrão do negócio a ser montado.

### 5.5.1 Possibilidades de Localização

Os autores do trabalho procuraram levantar as disponibilidades de instalação de um empreendimento, em especial, com o foco no ramo proposto de uma lanchonete e apresenta algumas dessas possibilidades, trazendo em seu bojo, as principais vantagens e as

principais desvantagens de cada local proposto, possibilitando assim um estudo mais criterioso por parte daqueles que pretendem se estabelecer, quais sejam:

### **Shopping Center**

- a) **Vantagens:** divisão de custos em comunicação e marketing, estacionamento, maior conforto e segurança, mix equilibrado de lojas, público mais qualificado.
- b) **Desvantagens:** Concorrência acirrada, custos operacionais mais altos, horário de funcionamento pré-estabelecido, participação obrigatória de campanhas de marketing, regras mais rígidas para visual interno e externo.

### **Ruas**

- a) **Vantagens:** custo menor, espaço maior, menor competição, possibilidade de expansão sem mudar de endereço, visibilidade.
- b) **Desvantagens:** Estacionamento limitado, horário de funcionamento restrito, falta de segurança, maior custo na manutenção externa, sujeição do clima no movimento.

### **Bairro**

- a) **Vantagens:** concorrência menor, custos mais baixos, proximidade do público alvo.
- b) **Desvantagens:** maior investimento em fachada, maior dificuldade em gerar fluxo, pouca vizinhança comercial.

### **Centro**

- a) **Vantagens:** consumidor cativo, facilidade de acesso via transporte coletivo, fluxo maior de consumidores, mix de lojas complementares.

- b) **Desvantagens:** Distância da casa do consumidor, falta de segurança, horário de funcionamento limitado, não há estacionamento.

Em resumo, o que pode ser observado é que toda localização proposta apresenta uma série de vantagens e uma série de desvantagens que devem ser avaliadas e levadas em consideração por aqueles que pretendem se estabelecer, ponderando cada item, de modo que possa tomar a melhor decisão para a instalação de seu empreendimento.

## 5.6 Precificação

Levantamentos bibliográficos e pesquisas pontuais com comerciantes e professores da Toledo, efetuados durante o desenvolvimento do trabalho, possibilitaram apresentar e concluir que a definição do preço se dá a partir da hipótese de quanto o cliente se dispõe a pagar pelo bem. Partindo deste pressuposto, concluí-se que o preço inicia-se da relação oferta e procura e não somente da estrutura de custo existente, mas de um modo que possa interligá-las, e estabelecer a margem de lucro. Quanto mais enxutos os custos fixos e variáveis, maior margem de lucro e conseqüentemente maior competitividade, em tese, essa é a relação.

Além disso, o preço está relacionado ao posicionamento estratégico, de modo a tomar por base o preço dos concorrentes. Segundo informações de profissionais do ramo, pode-se cobrar mais por um bem desde que se possa oferecer algo que agregue valor ao bem em questão. Outro ponto favorável à uma maior lucratividade, é a inovação, visto que se um produto é pioneiro no mercado, não existe concorrência direta para o mesmo impossibilitando a formação de parâmetros por parte dos clientes.

Dessa forma, em um mercado em extremo competitivo, pode-se adotar um *mix* de preços, ou seja, reduzindo o preço de um bem e elevando o de outro, que em um cômputo geral será positivo. Empresários do ramo alegam que se mostra favorável esta estratégia, visto que eleva o fluxo de pessoas.



É importante ressaltar a relevância da capacidade de produção. Ao reduzir o preço a demanda tende a aumentar, sendo imprescindível atendê-la, e o não atendimento de pronto à uma demanda verificada, pode provocar danos irreparáveis.

## 5.7 Fornecedores

Os levantamentos efetuados permitiram concluir que, atualmente, o fornecedor deixou de ser apenas um provedor de matéria-prima para tornar-se parceiro do empreendimento, visto que na necessidade de fazer girar o capital o mais rápido possível, os empresários adotaram a postura de manter o menor estoque possível. Assim sendo, os fornecedores tem por tarefa suprir a matéria-prima com qualidade e em tempo hábil, e isso, apesar de estarmos tratando de uma projeção de empresa com características de micro, vale igualmente para empresas de grande porte, haja vista o estudo e as diversas parcerias de grandes empresas/grandes fornecedores, denominadas *Just in Time*, que, praticamente, eliminam os estoques.

Foram colhidas algumas sugestões que estão denominadas como sendo dicas para escolher um bom fornecedor: (Folha de São Paulo, 15/09/2002, SEBRAE Coleção do Empreendedor).

- a) Na hora da escolha, verifique o histórico do fornecedor, a saúde financeira, bem como a capacidade fornecimento.
- b) Analise a possibilidade do estudo conjunto de suas produções, otimizando assim as entregas.
- c) A relação com os fornecedores deve ser aberta de modo a palpitar possíveis melhorias e/ou mudanças no produto.
- d) A proximidade física agiliza as entregas.
- e) A associação de pequenos empresários é uma estratégia excelente para melhorar o poder de negociação com os fornecedores, de modo a conseguir mais prazo preço mais reduzido.

- f) O padrão do fornecedor escolhido deve acompanhar o tipo de bem oferecido. Mercadorias para clientes mais exigentes requerem insumos melhores. Porém, se o objetivo é baratear seus bens, deve-se levar em conta a possibilidade de trabalhar com fornecedores cuja qualidade é menos exigente.
- g) Estabeleça uma rede de contatos, de modo a evitar que a falta de fornecedores implique na manutenção do negócio.

As dicas são muito importantes e devem ser levadas em consideração pelo empreendedor, no momento de se decidir por determinados fornecedores, valendo lembrar que a opção de um único ou poucos fornecedores trazem consigo, vantagens e desvantagens, devendo pois, serem ponderadas antes da tomada de decisão. Poucos fornecedores trazem a vantagem da negociação, em contrapartida trazem a desvantagem da pouca variação e a possibilidade de ficar muito dependente, sem novas opções.

## **5.8 Sistemas de Pagamento**

A escolha dos fornecedores trará conseqüência de tomada de decisão sobre os sistemas de pagamento, que podem acarretar conseqüências de ordem do fluxo de caixa, assim, a projeção do fluxo de caixa passa a ser um instrumento de grande utilidade, assim como de possibilidade de negociação. De acordo com o SEBRAE, 13% dos empresários paulistas faliram por inadimplência dos clientes. (Folha de São Paulo, 15/09/2002). Deve-se a este medo a crescente preocupação em torno do efetivo recebimento de suas vendas. Para tanto algumas atitudes aparentemente simples podem ser tomadas de modo a reduzir este fantasma que assombra tantas empresas, sendo que, à seguir, os autores do trabalho selecionaram algumas atitudes consideradas como sendo de suma importância a sua consideração:

- a) Apesar do custo, recomenda-se a sistematização das consultas de cheques tanto à vista quanto pré-datados. Em geral as empresas de consulta cobram uma pequena taxa pelo serviço.

- b) Ao sistematizar, de preferência aos cheques eletrônicos e/ou débitos automáticos na conta do cliente. São mais práticos e rápidos.
- c) Em caso de clientes habituais, um bom cadastro ajuda a reduzir o número de maus pagadores.
- d) Cartões de crédito são mais seguros, mas apresentam algumas desvantagens: se paga taxas a administradora de cartões, além de que se pode levar até trinta dias para o empresário receber, perdendo assim um pouco de sua liquidez.

## 6 CONCLUSÃO

Com o constante aumento do desemprego, muitos ex-funcionários de empresas têm se jogado, sem qualquer preparo, na aventura de montar um negócio próprio, com o sonho de independência financeira, de liberdade e de ficar rico. A história tem mostrado que uma pequena parcela desses mesmos aventureiros, também chamados de empreendedores, são os grandes responsáveis pelo desenvolvimento econômico e crescimento do país. Porém, a grande maioria encontra uma nova decepção quando opta pelo negócio próprio e acaba conhecendo uma realidade cruel, a qual mostra quão vil é o mercado com aqueles que não estão devidamente preparados.

A economia de mercado não permite aos principiantes ou apenas sonhadores saírem vitoriosos. Isso não significa que se deve aceitar os fatos e deixar que o mercado sempre imponha as regras do jogo. Pode-se sim, com um planejamento eficaz, contínuo e, o mais importante, com uma análise realista, construir empresas de sucesso mesmo em tempos de crise. Para isso, o futuro empreendedor deve compreender as regras do jogo antes de jogar e se convencer, a partir de dados concretos, que há uma possibilidade de sucesso no futuro empreendimento. O problema é que as ferramentas disponíveis a esses empreendedores, destinadas a fornecer-lhes suporte nesta tarefa, são mal compreendidas e precariamente utilizadas.

Entendem os autores deste trabalho que empreendedorismo não deve ser confundido com aventura. Ao pensar dessa forma inúmeras pessoas podem estar comprometendo seu futuro, pondo em risco o pouco que lhe resta. A palavra em suma remete-se a geração de riquezas, partindo da transformação de conhecimento em bens ou serviços, bem como a ampla divulgação da necessidade de inovação em áreas como o marketing, a produção e a organização.

Ao concluir a presente pesquisa e os levantamentos finais puderam apresentar que ser um empreendedor representa ter características distintas e inter relacionadas como a originalidade, a iniciativa, o comprometimento, a autoconfiança, além de ser otimista e visionário. Porém tais características por si só não subsistem. É necessário constante disciplina, bem como aquisição contínua de conhecimento tanto global quanto focado em uma visão micro. Assumir riscos, que é um traço marcante na personalidade do empreendedor não

deve resumir-se somente no radical da palavra. Isto não seria inteligente e muito menos lucrativo. Destarte, o tino empresarial é algo peculiar no indivíduo. Porém, tal tino deve ser constantemente estimulado, seja pela aquisição constante de conhecimento já mencionada, como também pelo despertar lógico de qualidades imprescindíveis. Trata-se de maximizar virtudes, e minimizar falhas.

Para tanto o plano de negócios é um exemplo claro de ferramenta de gestão comprovadamente eficiente em muitos casos, mas que, em outros, pelo fato de não ser adequadamente compreendida, acaba não agregando valor à ação empreendedora e cai no descrédito. Os fatores principais que levam a esse cenário são muitos, mas o principal é o fator cultural do brasileiro que não crê no planejamento e prefere errar e aprender com os erros. Essa experiência de aprender com os erros seria sempre válida se fosse possível repeti-la mais de uma ou duas vezes, o que geralmente não ocorre e, dessa forma, entendem os autores do trabalho que a formação obtida durante o curso de Ciências Contábeis, contribuiu em muito para sedimentar tal visão.

As presentes laudas tiveram por finalidade o ponto de partida para um estudo mais aprofundado que se remete a implantação de uma lanchonete, que por sugestão apresentamos a localização na cidade de Presidente Prudente, junto ao campus da UNIESP por apresentar uma oportunidade de negócio visando a pouca concorrência. O ponto comercial é de extrema importância na implementação de um projeto, devendo ser analisado de forma intrínseca os prós e os contras na sua escolha.

Outro ponto a ser analisado submete-se a uma série de fatores que o empreendedor deve relevar, citando como exemplo, a formação do preço de venda de suas mercadorias. Como informado anteriormente o preço das mercadorias já dado pelo mercado. Porém cabe ao futuro empresário saber diferenciar sua mercadoria para não somente conseguir atender ao mercado, mas também surpreender mediante inovações que agreguem valor a mercadoria. Como exemplo podemos citar a negociação com fornecedores que podem produzir parcerias de sucesso que levem a mercadorias diferenciadas e uma possível redução nos custos operacionais e conseqüentemente elevar a competitividade.

Como a sugestão do ponto junto a UNIESP apresenta tanto um risco quanto uma oportunidade: o local mostra-se sazonal, ou seja, em períodos de férias o fluxo ficaria reduzido. Porém é neste instante que aparece a inovação. Cabe ao futuro empreendedor desenvolver técnicas para que nesse período a redução do fluxo seja inibida.

O presente projeto teve-se a explanação sucinta de um estudo para viabilidade da implantação de uma lanchonete, não se remetendo em sua essência a percentuais necessários a um plano de negócios. Sugerimos, então, um estudo mais aprofundado na área relacionada. Dessa forma, lembramos que o fundamento deste projeto é o ponto de partida, servindo como base de apoio a posteriores estudos.

Espera-se, assim, que os resultados obtidos em função do uso dessa ferramenta de gestão sejam cada vez mais evidentes e que, dessa forma, o mito plano de negócios torne-se uma realidade determinante do sucesso dos negócios empreendidos pelos brasileiros.

## BIBLIOGRAFIA

DEGEN, RONALD. **O Empreendedor: Fundamentos da Iniciativa Empresarial, 8ª ed.** São Paulo: Pearson Education, 2004.

DORNELAS, J.C.A. **Plano de Negócios: Estrutura e Elaboração.** Apostila. São Carlos SP. mai. 1999b.

DORNELAS, J.C.A. **Capacitação dos Gerentes de Incubadoras na Elaboração e Utilização do Plano de Negócios como uma Estratégia para se Disseminar seu Conceito junto às Empresas Incubadas.** /submetido ao IX Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, Porto Alegre-RS, set. 1999a/.

FILION, Louis Jacques, **A Natureza dos Pequenos Negócios e Suas Implicações para as Atividades Gerenciais,** Departamento de Administração e de Economia da Universidade de Quebec – Canadá, TRAD. Nely R. V. Mendes, 1991b.

Folha de São Paulo, 15/09/2002, SEBRAE Coleção do Empreendedor.

GITMAN, L.J.; MADURA, J.; **Administração Financeira: Uma abordagem Gerencial.** São Paulo: Addison Wesley, 2003.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W.; JAFFE, J.F. **Administração Financeira. 2ª ed.** São Paulo: Atlas, 2002.

SEBRAE/SP. **Como montar um Bar e Lanchonete,** São Paulo: SEBRAE/SP, 1996.44p.

SEBRAE. Disponível em:

<[http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresalideiasdenegocios\\_1135.asp](http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresalideiasdenegocios_1135.asp)>

Acesso em 16 mai. 07.

SEBRAE/PR. **Lanchonete,** Curitiba: SEBRAE/PR, 1995, 20p. O ESTADO DE SÃO PAULO - Painel de Negócios - Como Montar Bar e Lanchonete

WESTON, J.F; BRIGHAM, E.F. **Fundamentos da Administração Financeira, 2ª ed.** São Paulo: Makronbooles, 2000.

WIKIPÉDIA – A Enciclopédia Livre. Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo>. Acesso em 25 mar. 07.

### ANEXO A - Dicas de onde buscar ajuda financeira

Abaixo, segue algumas alternativas para crédito empresarial, que devem ser analisadas no estudo do empreendimento:

Descrição	Público alvo	Valor financiado	Forma de pagamento	Taxas	Requisitos	Quem oferece
<b>BNDES Automático</b>	projeto de expansão, implantação, ou modernização de empresas de qualquer porte.	R\$ 1.000,00 a R\$ 7 milhões.	variável, mas gira em torno de 24 meses.	entre 3,5% e 8,5% a.a. e taxa de juro longo prazo (TJLP)	o candidato a empréstimo não pode ter obtido ajuda financeira do BNDES nos últimos 12 meses.	a maioria dos bancos
<b>BNDES/ Finame:</b>	aquisições de equipamentos e máquinas	de R\$ 1.000,00 A R\$ 7 milhões.	12 a 60 meses	entre 3,5% e 8,5% ao ano e taxa de juro longo prazo (TJLP)	o candidato a empréstimo não pode ter obtido ajuda financeira do BNDES, e a empresa não pode ser do setor financeiro.	a maioria dos bancos.
<b>Capital de giro:</b>	antecipação de recursos necessários para financiar os gastos da empresa durante seu ciclo produtivo, ou seja, até o recebimento de suas vendas ou de recebíveis.	R\$ 1.000,00 a R\$ 100.000	de 1 a 12 meses	entre 0,83% mais TR a 8,75% ao mês.	mínimo de 12 meses de existência da empresa.	a maioria dos bancos.
<b>PROGER:</b>	empresas com no mínimo de um ano de atividade	Até R\$ 100.000	até 60 meses	de 3% a 5,33% a.a. mais TJLP.	mínimo de 12 meses de existência da empresa.	

**Fonte:** Folha de São Paulo, 01/09/2002 – Sebrae Coleção do Empreendedor – adaptado pelos autores.

Vale lembrar que estes dados são meramente ilustrativos devendo, portanto, haver uma maior pesquisa, visto que as taxas e os períodos variam de acordo com o estabelecimento bancário.



**Opções de microcrédito: quadro comparativo:****Estado de São Paulo:**

Banco do Povo Paulista

Onde atua: em mais de 200 municípios do Estado de São Paulo

Limite de crédito: de 200 a 25 mil reais

Forma de pagamento: de 6 a 18 meses

Taxas: 1% ao mês

**Em quase todo País:**

Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos

Onde atua: mais de 200 municípios de todo país

Forma de pagamento: média de quatro meses

Taxas: de 5% a 7 % conforme região

**Na região Nordeste:**

CrediAmigo

Onde atua: Nordeste e Norte de Minas Gerais

Forma de pagamento: de 200 a 4000 mil

Taxas: de 3,5% ao mês

(Folha de São Paulo, 01/09/2002 – Sebrae Coleção do Empreendedor).

## ANEXO B - Armadilhas da escolha do Empreendimento

De acordo com a Folha de São Paulo (08/09/2002 – SEBRAE Coleção do empreendedor), existem alguns fatores que devem ser considerados no momento análise do empreendimento:

- **Negócio em alta:** Geralmente os empreendedores se sentem atraídos por um ramo em ascensão. Mas cuidado! Assim como ele inúmeras outras pessoas também já estão de olho nesse nicho, o que irá dificultar bastante a concorrência. Muito cuidado com o modismo. É necessária constante inovação.
- **Sucesso Garantido:** Nem sempre o que dá certo em um lugar pode dar certo em outro. Vários são os casos de sucesso de público nas capitais e falências no interior. Isto vale inclusive para Franquias, como por exemplo, a Arby's e Subway (cadeias de alimentação).
- **Empreendimento mico:** Atenção para algumas grandes idéias. Alguns nichos de mercado pouco explorados podem representar falta de clientes em potencial.
- **Inovação depende de tecnologia:** Esta sentença é na realidade um mito, visto que muitos nichos revolucionaram o mercado sem um aparato tecnológico aparente. É o caso dos restaurantes por quilo.
- **Um *hobby* é o melhor negócio:** Uma verdade incompleta. Gostar de uma atividade não significa que ela será um total sucesso financeiro.
- **Adquirir uma empresa já pronta elimina dores de cabeça?** Nem sempre. Em alguns casos, os maiores contratemplos são decorrentes de pendências trabalhistas, fiscais ou fornecedores do antigo proprietário. Nesses casos é recomendável um estudo mais aprofundado nos documentos fiscais da empresa.
- **É melhor ser um patrão infeliz que um empregado descontente:** Às vezes isto nem sempre ocorre. Um empreendimento próprio requer mais envolvimento por parte do proprietário, o que representa mais tempo para se livrar de um negócio mal sucedido que um empregado insatisfeito para deixar o emprego.

### ANEXO C – Sugestão de Questionário para Prováveis Investidores

- Quais os motivos para ter escolhido o estabelecimento de lanchonete?
- Está disposto a trabalhar durante a noite, sábados, domingos e feriados?
- Qual o custo de implantação do negocio?  
Equipamentos e prédio.
- Qual a despesa mensal fixa?  
Aluguel, impostos, água, luz, empregados, escritório, etc.
- Qual o capital de giro necessário?
- Qual é a receita mensal media projetada?
- Qual é a expectativa media de clientes atendidos por dia?
- Qual será o horário/dias de maior movimento?
- Qual será a forma de organizar os estoques?
- Qual o sistema de pagamento aos fornecedores? (a vista ou a prazo)
- Existe inadimplência no negocio? (pesquisas realizadas)
- Qual a margem de lucro bruto nos produtos seguintes:  
Cervejas  
Refrigerantes  
Sucos  
Salgados  
Lanches  
Outros
- Qual o critério para definição do preço de venda? (observa o concorrente ou cria de acordo com os custos).
- Quais as estratégias que pretende utilizar para atrair e manter a clientela?
- O que fazer em períodos considerados de menor movimento?
- Quais serão os diferenciais do seu estabelecimento?
- Quanto acredita poderá retirar mensalmente da empresa?
- Qual o percentual de reinvestimento projetado no negócio?

## ANEXO D – Orçamento para Montagem de uma Lanchonete

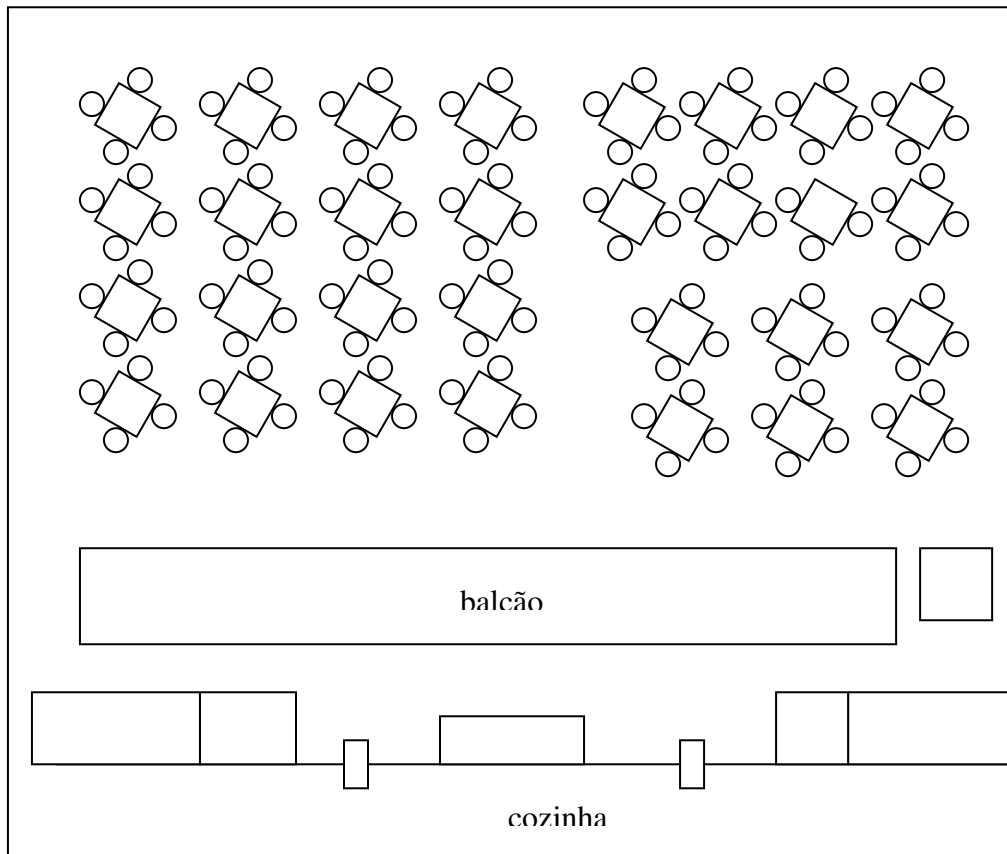
<b>Orçamento para Montagem de Uma Lanchonete</b>					
<b>Mês de referencia: 08/2007.</b>					
<b>Item</b>	<b>Descrição</b>	<b>Marca/Mod</b>	<b>Quant</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
1	Freezer Horizontal H500C	Electrolux	1	R\$ 1.649,00	R\$ 1.649,00
2	Expositor Refrigerado Vertical 400L	Springer Carrier	1	R\$ 1.380,00	R\$ 1.380,00
3	Balcão expositor	Regitronic	1	R\$ 2.270,00	R\$ 2.270,00
4	Chapeira (6 bocas)	Danka	1	R\$ 520,00	R\$ 520,00
5	Exaustor	Delta	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
6	Vitrine quente	Refrimart	1	R\$ 1.070,00	R\$ 1.070,00
7	Estufa	Titan	1	R\$ 170,00	R\$ 170,00
8	Fritadeira Eletrica	Venancio	1	R\$ 690,00	R\$ 690,00
9	Forno Microondas 18L BMS18	Brastemp	1	R\$ 319,00	R\$ 319,00
10	Forno elétrico 45L	Suggar	1	R\$ 499,00	R\$ 499,00
11	Liquidificador LiqArt RI 1774	Walita	3	R\$ 149,00	R\$ 447,00
12	Espremedor de frutas Select RI 2746	Walita	3	R\$ 69,90	R\$ 209,70
13	Prateleiras p/exposição bebidas	vb	5	R\$ 50,00	R\$ 250,00
14	Prateleiras p/ estocagem	vb	10	R\$ 30,00	R\$ 300,00
15	Talheres (facas/garfos/colheres)	Tramontina	100	R\$ 1,20	R\$ 120,00
16	Pratos	Duralex	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
17	Copos	Tulipa	200	R\$ 5,60	R\$ 1.120,00
18	Mesas	Goyana	30	R\$ 60,00	R\$ 1.800,00
19	Cadeiras de plastico estilo poltrona	Goyana	120	R\$ 17,90	R\$ 2.148,00
20	Bancos	vb	10	R\$ 20,00	R\$ 200,00
<b>TOTAL GERAL</b>					<b>R\$ 15.441,70</b>

Fontes: preços obtidos através de pesquisas nos sites:

www.submarino.com.br; www.americanas.com.br; www.mercadolivre.com.br e nas lojas Regitronic, Refrimart e Casa do Lancheiro.

## ANEXO E - Layout da Lanchonete

Disposição sugerida para a montagem da lanchonete.



**ANEXO F – Teste para o Empreendedor**

**Avalie seu perfil de empreendedor** (Eugênio Mussak e Marcelo Aguilar, Folha de São Paulo, 01/09/2002 – SEBRAE, Coleção do Empreendedor)

Escolha uma das alternativas para as perguntas.

1. Ao analisar meus últimos anos de vida profissional,
  - ( ) A – sinto que, por diversas vezes, as pessoas não reconhecem meu valor profissional.
  - ( ) B – sinto-me frustrado por ter de ficar provando meu valor profissional.
  - ( ) C – sinto confiança em mim e tenho confiança do meu valor como profissional.
  
2. O trabalho para mim,
  - ( ) A – é o que me permite manter meu padrão de vida.
  - ( ) B – pode ser bom ou ruim, dependendo do que tem de ser feito.
  - ( ) C – é fonte de prazer, e eu me entusiasmo com o aprendizado de novidades.
  
3. Quando quero expressar uma idéia geralmente,
  - ( ) A – sinto-me irritado pela dificuldade das pessoas entenderem a idéia.
  - ( ) B – tenho dificuldades de fazer as pessoas entenderem a idéia na primeira vez.
  - ( ) C – consigo “vende-las” na primeira vez que a exponho.
  
4. Toda vez que um problema surge,
  - ( ) A – fico frustrado porque a vida poderia ser mais simples. Resigno-me e tento achar a melhor solução.
  - ( ) B – procuro buscar na memória se já passei por situação parecida, e, às vezes, fico angustiado.
  - ( ) C – busco refletir com calma e achar a solução mais viável para o momento. Se não tiver solução, solucionado está.
  
5. Quando me relaciono com outras pessoas, profissional ou emocionalmente, cada nova experiência que surge,
  - ( ) A – é um momento de estresse e fico irritado ou frustrado.
  - ( ) B – faz com que eu perceba e respeite meus limites os limites dos outros.
  - ( ) C – é uma oportunidade para rever conceitos e aprender.
  
6. No final do dia de trabalho,
  - ( ) A – estou esgotado e só quero chegar a casa, tirar o sapato, e ligar a televisão.
  - ( ) B – fico preocupado porque estou trabalhando demais.
  - ( ) C – final do dia de trabalho? Que final?
  
7. No dia-a-dia,
  - ( ) A – penso quem time que está ganhando não se mexe.
  - ( ) B – sigo os procedimentos, mas estou aberto a questionamentos.
  - ( ) C – tento fazer tudo de forma diferente, procurando facilitar a realização.
  
8. Para mim, um negócio só é bom quando,
  - ( ) A – sinto que levei vantagem.
  - ( ) B – sinto-me satisfeito, sem me preocupar como as outras partes estão se sentindo.

( ) C – as partes saem satisfeitas, ou, no mínimo, tranqüilas.

9. Durante uma negociação,

( ) A – vou para o tudo ou nada.

( ) B – sei o que quero e geralmente coloco uma “margem para perder”.

( ) C – sei dos meus limites e busco me ajustar dentro de um acordo de cooperação mútua.

10. Revendo meus projetos passados percebo que,

( ) A – abandonei vários deles porque eram complexos ou arriscados.

( ) B – algumas vezes tive medo de arriscar e, em certas ocasiões, senti-me frustrado. Outras vezes ultrapassei os meus limites e o dos outros.

( ) C – abandonei alguns porque cheguei ao meu limite ou ao dos outros.

11. Quando tenho uma idéia,

( ) A – já gosto de colocá-las em prática e quero que os resultados apareçam imediatamente.

( ) B – fico excitado, mas sinto que não planejo direito.

( ) C – gosto de analisar o ambiente, os recursos e as condições para implementá-las.

Respostas:

**Se você respondeu alternativa “C” na maioria das questões:**

Está bem preparado para ser empreendedor de sucesso. O risco de fracassar é baixo. Analise o tipo de negócio pretendido e sua tendência no mercado atual, procure orientações de seu empreendimento nos próximos 12 meses. O entusiasmo que você deposita no trabalho pode impulsioná-lo para um negócio muito bem elaborado. Você tem paciência e capacidade de reflexão e sabe facilmente providenciar uma solução para contornar as dificuldades.

**Se você respondeu alternativa “B” na maioria das questões:**

Você ainda não está pronto para ser empreendedor, mas pode desenvolver habilidades para gerir uma empresa. Espere um pouco mais para abrir o próprio negócio. Identifique suas dificuldades e, a partir daí, trabalhe para superá-las e adotar uma outra postura em relação ao seu perfil profissional. Uma boa saída é fazer treinamentos e cursos. O mundo dos negócios exige pessoas com autoconfiança, energia, capacidade de aprender e perseverança. Com essas características bem trabalhadas, é possível ter garra e disciplina para enfrentar o dia-a-dia de uma empresa, onde tudo, ou quase tudo, depende de você. Se tiver determinação e boa formação, é perfeitamente possível tornar-se empreendedor.

**Se você respondeu alternativa “A” na maioria das questões:**

Abrir um negócio próprio pode ser frustrante para você, já que ficar provando seu valor profissional é muito desgastante. Empreendimentos de sucesso exigem dedicação total e controle absoluto sobre diversos setores. Isso pode deixá-lo angustiado e fatigado. Reveja suas deficiências no que diz respeito ao dinamismo e capacidade de administração e calcule o risco de abertura e um negócio nesse momento da sua vida. Evite agir por impulso, sem planejar direito o que você quer realmente.

**ANEXO G – Questionário de Avaliação do Potencial do seu Negócio**

**Avalie o potencial do seu negócio** (Fernando Dolabella, Folha de São Paulo, 15/09/2002, SEBRAE – Coleção do Empreendedor)

Escolha uma das alternativas para as perguntas.

1. Qual a relação dos seus sonhos e do seu jeito de ser?

- A – O negócio tem a ver com minhas características pessoais, preferência, perfil psicológico e habilidades, além de representar um desafio intelectual.
- B – Tenho simpatia pelo ramo de atividade, mas se eu não precisasse de dinheiro, trabalharia em outro negócio.

2. Você conhece o setor que vai atuar?

- A – Já atuo no ramo e já conheço as vantagens e desvantagens do setor.
- B – Tenho boa formação e curso superior. E acho que isso é suficiente.
- C – Não conheço mas acho que posso adquirir de uma hora para outra: adquirir o conhecimento é rápido e fácil.

3. Quais são suas fontes de informações sobre o ramo?

- A – Mantenho-me informado por meio de relações pessoais, feiras, participação em órgãos de classe, publicações especializadas, mídia, pesquisas sobre concorrentes e fornecedores, e observações como usuário/cliente.
- B – Faz pouco tempo que me interessei por essa área de negócio; tenho buscado entender melhor o mercado.
- C – Contratei especialistas para não ter com que me preocupar.

4. Qual o seu conhecimento em relação à tecnologia que envolve o produto/serviço?

- A – Fiz testes que indicam se o produto/serviço é viável; tenho acesso a tecnologia necessária e tenho suporte técnico competente.
- B – Fiz estudo informal. Ainda não realizei peças-piloto.
- C – Acho que a tecnologia não influi no resultado final do produto/serviço.

5. O que sabe sobre leis, crédito, políticas públicas, comércio internacional, finanças e movimentos demográficos?

- A – Fiz uma análise sobre todas as variáveis que podem tornar meu ramo de atuação prospero ou não.
- B – Não entendo nada. Vou consultar um especialista.
- C – Acho estas variáveis tão distantes da minha realidade que não procuro analisá-las.

6. Como você enxerga os concorrentes?

- A – Conheço os principais: meus produto/serviços tem características exclusivas e atende as principais demandas dos clientes.
- B – Conheço alguns concorrentes e sei que meu produto terá sucesso por ser melhor ou mais barato.
- C – Não me importo com os concorrentes.

7. O que você sabe sobre os clientes?



A – Conheço o perfil da clientela – faixa etária, sexo, renda e hábitos de compras – e realizo projeções de venda com frequência.

B – Conheço a demanda da clientela, mas não sei estimar o potencial de vendas do meu produto ou serviço.

C – Quando o produto é bom os clientes aparecem.

8. Você faz projeções sobre investimento, faturamento, lucratividade e tempo de retorno?

A – Sim

B – Apenas superficiais.

C – Não

9. Você fez as seguintes projeções, considerando o primeiro ano de trabalho: a necessidade de capital próprio, necessidade de capital de terceiros, número de funcionários, encargos fiscais e sociais?

A – Sim

B – Apenas superficiais.

C – Não

10. Você está em condições de realizar seu plano de negócio?

A – Já domino a metodologia e tenho informações necessárias.

B – Não sei o que é um plano de negócio.

C – Muitos empreendedores de sucesso não fizeram um plano de negócio.

11. Você concorda com o conceito “um plano de negócio bem elaborado garante o sucesso”?

A – Sim, além disso é preciso obter e gerenciar recursos para transformar o plano de negócios em uma realidade de mercado.

B – Não sei; desconheço a real utilidade de um plano de negócios.

C – Não; depende da visão do empreendedor.

**Se você respondeu “A” na maioria das questões:**

Prossiga! Tudo indica que a sua idéia de negócio é fruto de planejamento.

**Se você respondeu “B” na maioria das questões:**

Avalie o mercado! Você precisa conhecer ainda alguns conceitos e se aprofundar em algumas análises antes de pensar em fazer mudanças ou abrir um negócio.

**Se você respondeu “C” na maioria das questões:**

Você está multiplicando riscos! Empreendedorismo não é aventura, nem jogo de azar. É preciso analisar todas as etapas práticas e teóricas para se lançar no mercado.