

UNIVERSIDADE DE SANTO AMARO – UNISA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA GASTRONOMIA

TIFFANI MACEDO ALVES

PROJETO INTEGRADOR
RESTAURANTE RECANTO CASEIRO

Projeto Integrador do Curso Superior em Tecnologia em Gastronomia, pela Universidade de Santo Amaro – UNISA, apresentado como quesito de aprovação da disciplina.

GUARULHOS-SÃO PAULO
2021

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a meus familiares
que mantém o foco na progressão
pessoal e profissional visando alcançar
um futuro melhor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela oportunidade de aprender diariamente e a todos que me motivaram a bus

Resumo

Este trabalho apresenta em detalhes um projeto de implantação de um restaurante com foco em um segmento de mercado que vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, formado por um perfil específico de consumidores que, em razão da sua rotina diária, é obrigado a fazer as suas principais refeições fora de casa, e por isso necessitam de opções práticas e rápidas, mas que mesmo assim buscam manter uma alimentação de suas raízes e cidades natal com mais qualidade. No Brasil, algumas empresas já começaram a explorar esse nicho de mercado, inclusive com a entrada de algumas redes de franquias internacionais. Mas a cidade de Guarulhos ainda não possui nenhum restaurante que assuma integralmente este posicionamento. O que os consumidores locais têm disponível, até então, são restaurantes com propostas mais abrangentes e que passaram a incluir nos seus cardápios uma sessão que oferece opções mais elaboradas. Mas nenhum que comercialize esse tipo de prato como a sua especialidade.

Sumário

Introdução	6
Planejamento Estratégico do Empreendimento	7
Sumário executivo	7
Rumo da empresa	7
Metas e objetivos	8
Visão, missão e valores	9
Descrição do Empreendimento	9
Análise de Mercado	22
Plano de Marketing	26
Plano Operacional.....	31
Plano de RH/ Necessidade de Pessoal	33
Plano Financeiro.....	40
Plano de Implementação	49
Anexos	50
Conclusão	52
Referências bibliográficas	54

Introdução

O cenário econômico passa por constante evolução em virtude de fatores tecnológicos e mercadológicos, em resposta a isso, as empresas têm a necessidade de mudarem continuamente com vista a se manterem no mercado de atuação com investimentos alternativos que garantam o diferencial do seu negócio. A alternativa de muitos brasileiros para enfrentar a incerteza econômica é percebida no crescente número de pequenas empresas, de acordo com o SEBRAE em pesquisas realizadas por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2013, atualmente no país, de cada 100 novos negócios iniciados, 71 deles são motivados por oportunidades. Outra saída seria o modelo de negócio denominado franchising, este sistema se baseia em um compartilhamento em que um franqueador outorga a um franqueado uma franquia de seu negócio (BETO FILHO et al, 2013), tais estratégias revelam que a população está mais empreendedora, estas organizações geram renda e movimentam a economia, proporcionando empregos e sustento a uma parcela significativa da população. Contudo, é relevante esclarecer que para estas empresas nascentes se manterem no mercado, elas necessitam de um constante acompanhamento de seus planos para o futuro. Neste sentido, a estratégia da organização quando alinhada aos objetivos e à missão empresarial possibilita criar meios para driblar as ameaças e aproveitar as oportunidades do ambiente, ajustando os pontos fracos por traçar projetos voltados às forças que a organização tem. Sendo assim, a busca por ferramentas e instrumentos que proporcionem melhorias nos processos das organizações é permanente e as pequenas empresas necessitam estar em constante aprimoramento para não declinarem frente a crescente concorrência. Através do planejamento estratégico a organização passa a ter conhecimento do mercado/clientes, fornecedores e possíveis parceiros, ou seja, a empresa tem uma visão sistêmica, que agiliza e baseia as tomadas de decisões, unindo esforços em uma única direção.

Para Montana e Charnov (1999), o Planejamento Estratégico explora as principais questões e examina criteriosamente o ambiente externo para se assegurar de que a abordagem é realista, e assim, determina-se um rumo para a organização. Os autores, asseguram ainda que o processo de

planejamento envolve três passos, a saber, o primeiro é escolher um destino, segundo avaliar caminhos alternativos e por último, mas não menos importante, é determinar o curso específico para alcançar o destino escolhido (MONTANA e CHARNOV, 1999).

Planejamento Estratégico do Empreendimento

Sumário executivo

O que é o negócio?

Um restaurante especializado em comida tipicamente brasileira e comida de boteco.

Quais são os principais produtos?

O principal produto do restaurante são os pratos típicos de todo o Brasil e porções de boteco. Os clientes ainda têm a opção de personalizar os seus pratos, montando do jeito que desejar. Além disso o restaurante oferece outras opções como café da manhã, lanches e jantar.

Quem serão os principais clientes?

O público do restaurante é formado por três perfis principais: jovens executivos recém-formados; estudantes de cursos pré-vestibular e empresários adultos bem sucedidos. Todos os perfis têm em comum a necessidade de se alimentar fora de casa diariamente e buscar refeições com tempero e ótima qualidade. Outra característica comum é trabalhar ou estudar na região central da cidade, nos arredores do shopping onde funciona o restaurante.

Rumo da empresa

O recanto caseiro é uma empresa de comida tipicamente brasileira que foi inaugurada dia 23 de fevereiro de 2018 em Guarulhos no Parque Renato Maia, um dos bairros mais famosos da cidade. Sua estrutura conta com espaços aconchegantes conhecido como Coworking, que é adequado para reuniões,

palestras, aulas e workshops, sem perder o jeito tradicional de um restaurante com comida de boteco.

Metas e objetivos

Para aumentar a participação no mercado foram elencadas algumas estratégias, sendo elas: Intensificar as campanhas publicitárias em meios de comunicação mais acessíveis dentro das possibilidades da empresa. Entre as alternativas encontram-se: painéis, outdoors, banners, panfletagem e internet;

Aumentar o número de promoções durante os dias da semana, promovendo o pedido do dia, com preço promocional e descontos para estudantes e também em oferecer ao cliente o cartão fidelidade, onde a cada 10 produtos consumidos o cliente ganha 1. Buscar aumento constante do cardápio oferecido, realizando testes constantes de novos produtos e monitorar as promoções oferecidas pelos concorrentes pois é importante estar atento nas investidas promocionais realizadas pelos concorrentes que, geralmente, são oferecidas nos dias de semana e podem reduzir o movimento do restaurante.

No que se refere ao objetivo de obter maior reconhecimento da marca, foram identificadas: Comprometer a equipe com a qualidade dos produtos e serviços. Criar maneiras de incentivar a competição interna entre os funcionários e estimular o maior rendimento, criar bonificações e prêmios para quem atingir a meta. Contratação de profissionais qualificados onde eles devem passar por um período de teste e se não estiverem no perfil desejado serão substituídos. Padronização dos produtos, treinar a equipe a produzir alimentos que obedecem determinados padrões, visando reduzir a variabilidade e criando uma identidade do produto, além de ouvir e atender sugestões e reclamações dos clientes.

Os produtos em fase de teste podem ser disponibilizados sem custos aos clientes que estiverem no restaurante e suas opiniões registradas. Para viabilizar as despesas com o imóvel a estratégia refere-se a ampliar o horário de atendimento.

Visão, missão e valores

Missão: Servir alimentos de qualidade e característica brasileira com toque contemporâneo. Resgatar a comida caseira, primar pelo bom atendimento, com rapidez e simpatia, propiciando ao cliente um ambiente de aconchego, lazer, gastronomia com porções fartas, bebida gelada e preço justo.

Visão: Tornar-se referência na comercialização de bebidas e comidas de boteco com foco na comida brasileira em Guarulhos até 2023. Depois, alçar outros voos em novas cidades.

Valores:

- Bom relacionamento com a comunidade;
- Compromisso e seriedade;
- Valorização e fidelização de clientes;
- Espírito empreendedor;
- Inovação no cardápio e nas bebidas;
- Respeito as pessoas;
- Prezar pela honestidade;
- Excelência em todas as ações;
- Promover a consciência social, ecológica e ambiental implantando zero desperdício no restaurante, entre outras ações;
- Preservar a saúde e segurança dos funcionários;

Descrição do Empreendimento

O Restaurante Recanto Caseiro se caracteriza por ser uma empresa de pequeno porte que atua na área da alimentação, produzindo e comercializando pratos típicos do Brasil, porções de boteco, cafés, lanches, almoço e janta. No Restaurante Recanto Caseiro, é possível ter um espaço kids, para pets, para reuniões, workshops e confraternizações. A empresa está instalada estrategicamente e deseja satisfazer a demanda crescente por seus produtos através da compra de equipamentos mais modernos, os quais possibilitarão

encomendas num âmbito mais amplo, maior capacidade de adequar-se às necessidades dos clientes, custos mais baixos por unidade e redução do tempo de processo.

O negócio está se propondo uma reestruturação visando aumentar os lucros por meio de métodos de trabalho mais produtivos, elevando a qualidade dos produtos e no atendimento ao público, além de divulgar a marca e torná-la conhecida e lembrada.

Histórico

A empresa teve seu início das atividades tendo como proprietária Tiffani Macedo Alves no dia 23 (vinte e três) de fevereiro 2018 (dois mil e dezoito), porém a empresa já existia e atuava no mesmo ramo desde 2016 (dois mil e dezesseis) tendo outros proprietários e outra marca. Com a venda do estabelecimento pelo antigo dono o atual proprietário viu uma oportunidade de crescimento. O ambiente precisou passar por reformas, pois não comportava muitas mesas, possuía apenas 2 (duas) cozinheiras, hoje conta com a colaboração de 14 (quatorze) funcionários distribuídos entre os 3 (três) turnos. O espaço interno comporta 54 (cinquenta e quatro) pessoas, e o externo 16 (dezesseis) pessoas e possui local para estacionamento. Para a área de marketing na criação de cardápios conta com empresas terceirizadas, assim como para a contabilidade e a manutenção de equipamentos. Já no compras e no controle de estoque é o gerente o responsável. Não possuindo nenhum controle específico de qualidade, utilizam a inspeção visual, eliminando os alimentos não frescos e sem condições de serem servidos, além de todos os 75 equipamentos necessários para a perfeita conservação e higienização tanto do local de preparo quanto dos alimentos.

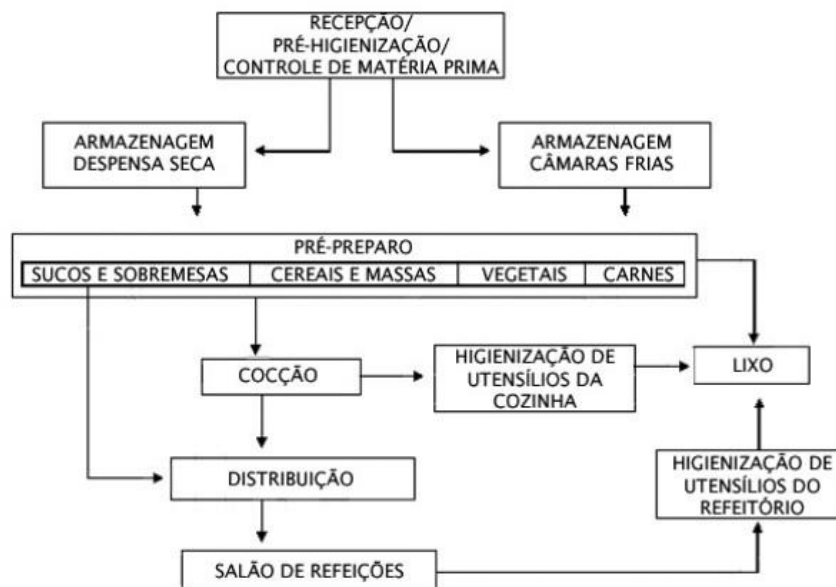
Pode-se destacar que o empreendimento possui como principais características a alta qualidade nos produtos e no atendimento, ponto de venda estratégico e a boa divulgação por meio da boca a boca. Como atributos, o Restaurante Recanto Caseiro preza pela agilidade no atendimento aos seus clientes, pela qualidade nos produtos produzidos e comercializados pela empresa, além de manter proximidade com o cliente por meio de um atendimento humanizado.

A empresa preocupa-se com a sua imagem, zelando suas características, como o profissionalismo, o respeito, a ética e a transparência com que honra seus fornecedores, funcionários e principalmente aos seus clientes. A marca do Restaurante Recanto Caseiro transmite aos clientes, colaboradores e fornecedores seriedade, agilidade e confiança para o mercado onde atua, a marca transmite a imagem de empresa como sendo uma empresa simples, porém com produtos de alta qualidade, que a destaca no ramo. Através da demanda a empresa vê oportunidade de crescimento significativo para o ramo, principalmente em relação à elevada procura por viandas.

Setor de atividades

Os ambientes necessários para o funcionamento ideal do Restaurante Recanto Caseiro são:

- 1 – Setores de Recepção, Pré-Higienização, Estocagem e Administração (recepção/pré-higienização, administração/controle, despensa seca, depósito de material de limpeza, depósito de caixas, câmaras frias, vestiários/sanitários de funcionários);
- 2 – Setor da Cozinha (setor de cocção, setores de pré-preparo, setores de higienização de utensílios, depósito de lixo);
- 3 – Setor do Refeitório (hall de entrada dos usuários, salão de mesas, sanitários de usuários).



Forma jurídica

O empreendimento está constituído sob forma jurídica individual, com tributação sobre o Simples Nacional.

Perspectiva de crescimento/faturamento dos próximos anos

O Restaurante Recanto Caseiro visa a médio e a longo prazo a consolidação do ramo alimentício de elevado grau de qualidade e preço concorrencial baixo na área comercial de Guarulhos, visando também futuramente a expansão para outros municípios , provando a viabilidade e rentabilidade operacional positiva do empreendimento popular , visando a necessidade da demanda do mercado local , viabilizando interesses de classe baixa e lucratividade operacional empresarial.

Razão social

Razão social: Tiffani M. Alves LTDA

Nome de fantasia: Restaurante Recanto Caseiro LTDA

CNPJ: 05.555.321/0001-32

Inscrição Estadual: 151004242

Endereço: Avenida Papa João XXIII, 75

Telefone: 2427383

E-mail: Bpaladar@Restaurante.com.br

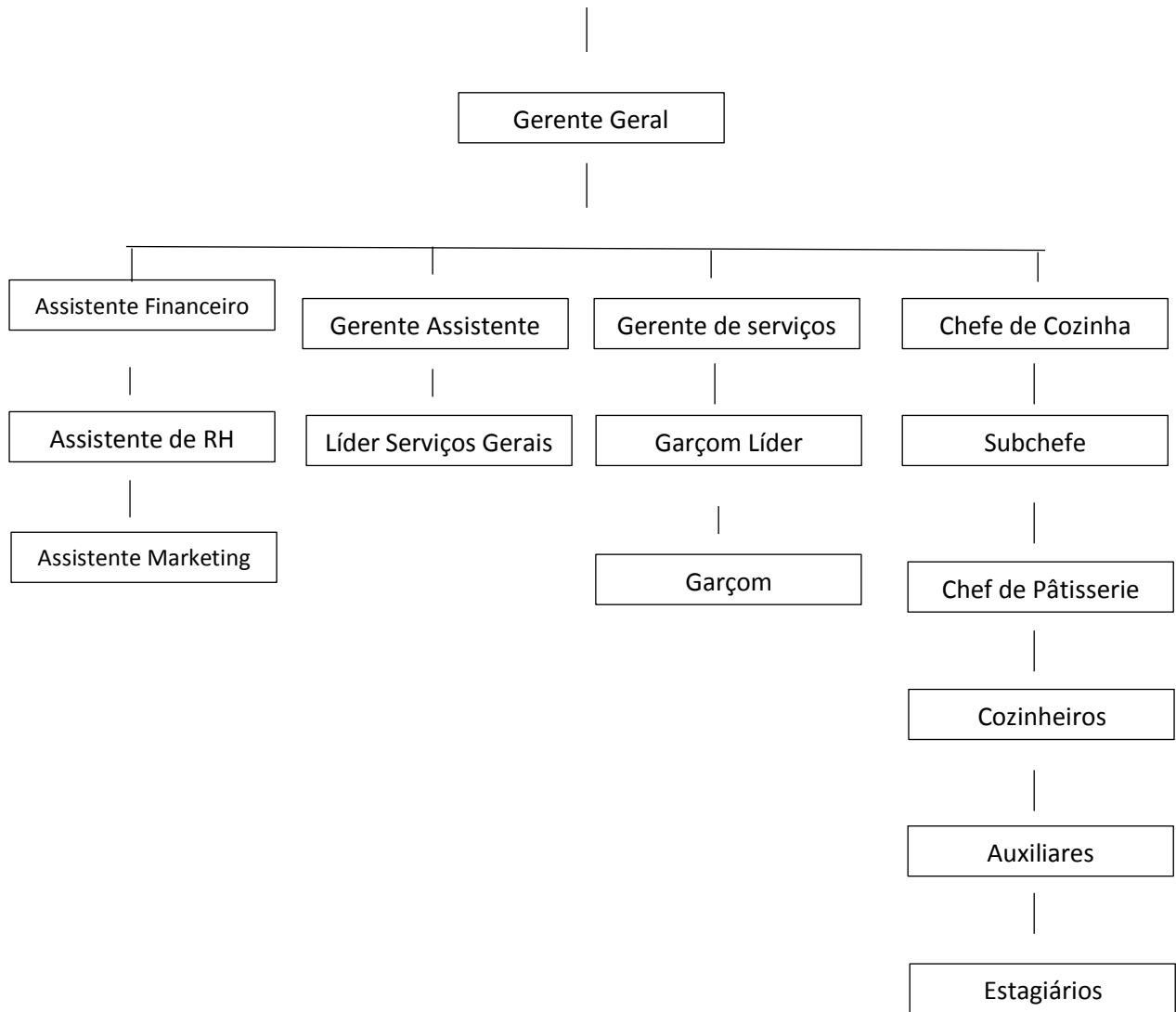
Impostos

O Brasil é um país extremamente burocrático, por isso é importante pagar todas as taxas exigidas pelo Estado para ter um empreendimento legalizado. Por isso, o Recanto Caseiro para estar de portas abertas paga impostos como:

- ISS (Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços);
- IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica);
- IPI (Imposto sobre serviços de qualquer natureza)
- CPP (Contribuição previdenciária patronal)
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS/COFINS;
- Contribuição Sindical;
- FGTS;
- INSS.

Estrutura organizacional

Sócio- Proprietário



Com a intenção de impactar positivamente e diretamente o cliente potencial e trazê-lo para o restaurante constantemente, melhorar imagem da marca, dar

visibilidade e aumentar vendas é importante considerar parcerias com empresas que oferecem algum produto/serviços que seja atrativo e que beneficie seus clientes de alguma forma. Analisando o potencial do negócio da empresa Recanto Caseiro, consideramos parcerias com influenciadores gastronômicos que fazem eventos no restaurante através de workshop.

Outra parceria interessante é com apps de delivery como Rappi, iFood e Uber Eats pois fica por conta da empresa a garantia da entrega e o cliente pode acompanhar o status diretamente pelo celular.

Serviços terceirizados

No Recanto Caseiro a personalidade, os relacionamentos humanos, a identidade, a empatia, são muito importantes. Na cozinha, o trabalho de um chef pode ser de fato o sucesso no mercado por isso é garantido os salões padronizados, organizados, limpos, decorados e devidamente dentro das normas estabelecidas.

Tendo em vista que, principalmente nas áreas trabalhistas, civil e do consumidor é de responsabilidade dos donos e sócios pelos problemas que podem vir a surgir a prestadora de serviço é de excelente serventia neste contexto pois ela garante qualidade e se responsabiliza por eles. Por isso no Recanto Caseiro são terceirizados os serviços de:

- Limpeza
- Segurança
- Decoração
- Controle de pragas
- Financeiro
- Recursos Humanos
- Marketing
- Manutenção

Produtos e Serviços

O Recanto Caseiro é um restaurante com comida tipicamente brasileira, seu cardápio conta com comidas regionais do Brasil, juntamente com porções populares e bebidas típicas. Para oferecer qualidade no serviço prestado, o restaurante conta com um bar, serviço de mesa, bebidas e drinks.

Delivery e espaços para reuniões, palestras, aulas e workshops também são oferecidos pelo restaurante, como forma de aproximar mais o consumidor a marca.

Como são produzidos

Para evitar a contaminação cruzada, foi preciso estabelecer locais separados para a manipulação de alimentos de origem diferentes, ou se não for possível, estipular horários diferentes para a manipulação destes alimentos, evitando assim que se misturem e contaminem um ao outro.

Nossa maior missão como um restaurante é adequar a produção destes alimentos para que estejam o mais fresco possíveis, para serem servidos ao cliente sempre no dia que foi preparado, evitando assim sobras para o dia seguinte. A manipulação ainda deve ser realizada em um ambiente limpo, livre de contaminantes.

Além da etapa de manipulação foi importante atentar-se na etapa de recebimento das matérias primas, principalmente com carnes, pois elas devem chegar nas temperaturas corretas de congelamento (entre -10 a -12°C) ou de resfriamento (até 4°C). Já no armazenamento tratasse de conservar os alimentos de forma adequada respeitando a validade de cada produto da faixa de temperatura.

Já na produção, alimentos frescos e de alta qualidade são prioridades para um bom restaurante que deseja ser referência. Diversificar no cardápio é muito

importante, por isso é oferecido pratos sem glúten, lactose, veganos, vegetarianos e low carb.

Fatores tecnológicos

A empresa preza pela utilização de equipamentos e maquinários de desenvolvam as atividades diárias com maior agilidade e qualidade. Atualmente a empresa possui 2 (duas) fritadeiras elétricas, 1 (um) fogão industrial, 2 (dois) micro-ondas, 1 (um) forno elétrico, 1 (uma) prensa elétrica, 2 (dois) liquidificadores, 1 (um) cilindro, 6 (seis) refrigeradores, 1 (um) televisor e 2 (dois) expositores elétricos para lanches.

Com os equipamentos e maquinários a empresa desenvolve suas atividades diárias, atendendo a demanda da cidade de Guarulhos e de toda a região, sempre buscando a qualidade nos produtos e serviços, desta forma faz com que os clientes percebam a qualidade dos produtos e serviços e tenham maior confiabilidade em consumir os produtos da empresa, gerando clientes satisfeitos.

Segundo Hudson Riehle, vice presidente de pesquisas da National Restaurant Association (NRA) a tecnologia cada vez mais se torna parte de nossas vidas e isso inclui a interação com os restaurantes, tanto fora quanto dentro dele e no século XXI, isso tem sido visto com uma importância cada vez maior no cotidiano humano.

Diferentemente do que se tinha como conceito de introduzir serviços tecnológicos nos restaurantes, de que seria algo trabalhoso, o ato de substituir um serviço humano por um dispositivo eletrônico é de extrema praticidade e facilidade. Nesse contexto, tem-se visto um aumento no número de restaurantes aderindo às possibilidades que a tecnologia oferece, para tornar a experiência de fazer uma refeição fora de casa cada vez mais agradável.

No Recanto Caseiro, a tecnologia é usada como uma forma de experiência para o consumidor, ou seja, sempre de forma dinâmica e atrativa, desta forma, cardápios são disponibilizados em todas as mesas através de tablets. O cliente

pode navegar nas opções do restaurante, fazer o pedido (selecionando suas preferências), finalizar o pedido, escolher forma de pagamento e avaliar o restaurante. A tecnologia aderida pelo restaurante traz benefícios aos clientes e ao estabelecimento pois desta forma o atendimento fica mais organizado e rápido, e consequentemente traz melhores avaliações positivas.

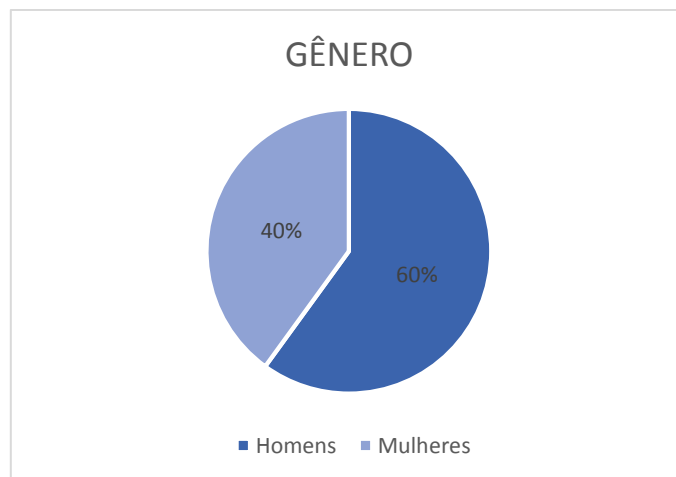
Pesquisa e desenvolvimento

O Restaurante Recanto Caseiro tem como foco principal desenvolvimento de pratos típicos diversos, assim como variedade de acompanhamentos e porções para diversificar o cardápio. Sendo a própria empresária responsável pelo desenvolvimento das pesquisas por meio de observação de novas tendências, produtos e temperos, assim como atendendo ao pedido de clientes. Sendo as sugestões destinadas à cozinha onde os produtos são preparados em seguida provados pelos clientes havendo aceitação e sendo viável entrar no cardápio da empresa.

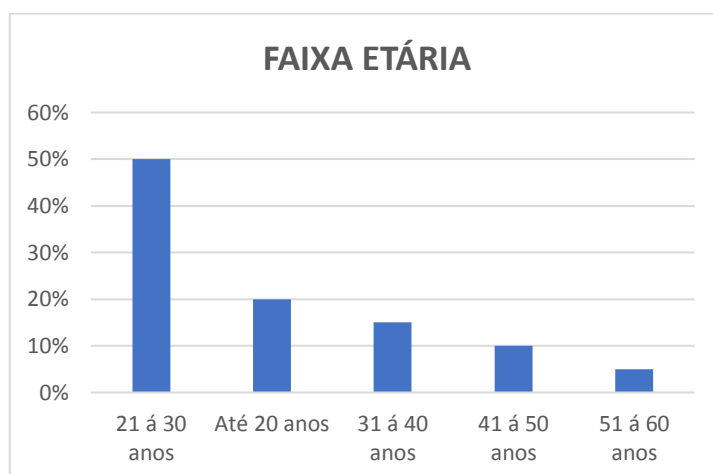
Principais clientes

O restaurante fica localizado em um dos bairros mais famosos de Guarulhos, onde é possível observar o comportamento e características do consumidor através de uma análise mais sintética.

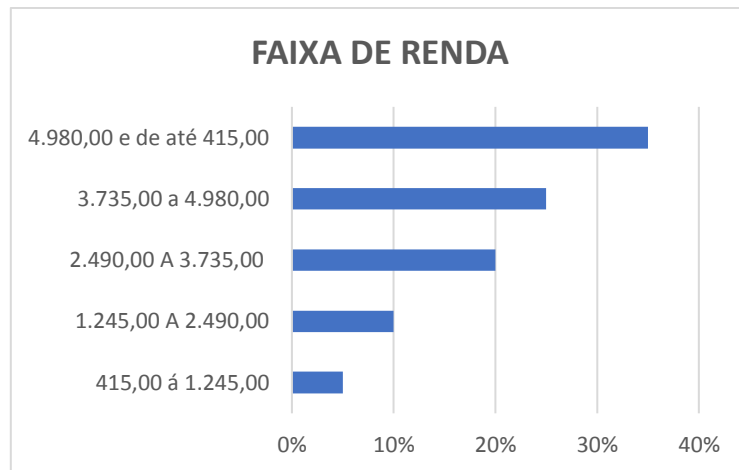
Com relação ao gênero: 60% dos respondentes são do sexo masculino e 40%, do feminino.



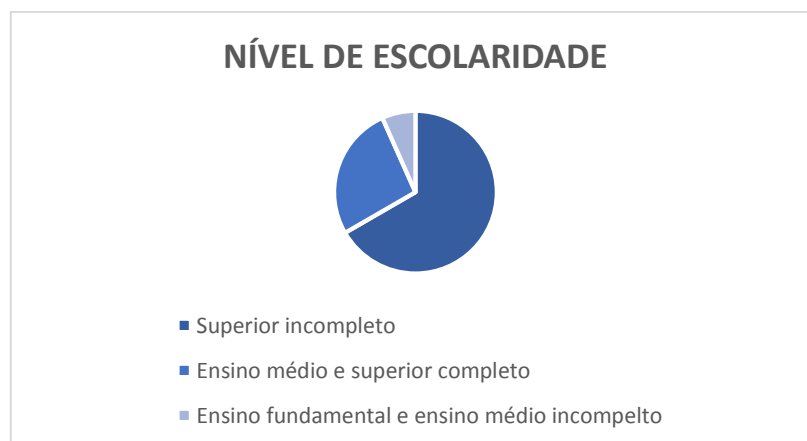
Quanto à faixa etária, em primeiro lugar, com 50% estão aqueles com 21 a 30 anos; com 20%, aqueles com idade até 20 anos; em terceiro, com 15%, está à faixa etária de 31 a 40 anos; em quarto lugar, 41 a 50 anos, com 10%; e com 5%, a faixa de 51 a 60 anos.



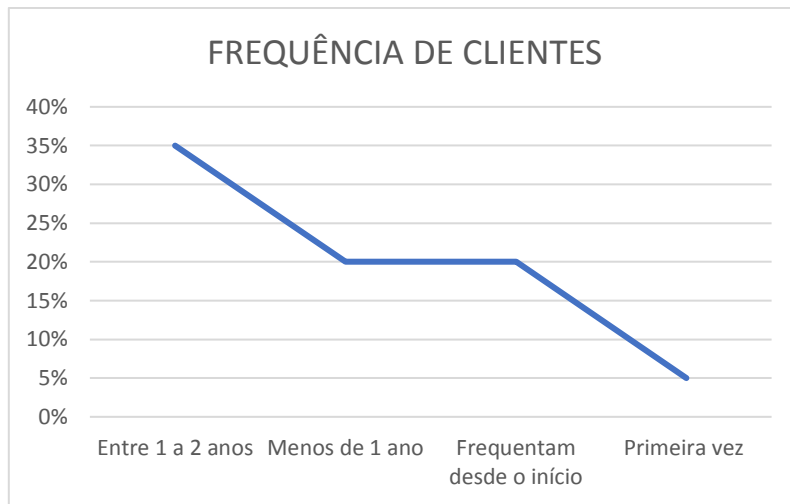
Quanto à faixa de renda: 5% dos clientes estão localizados na faixa de R\$ 415,00 a R\$ 1.245,00; 10%, entre R\$ 1.245,00 a R\$ 2.490,00; em terceiro lugar, o intervalo de R\$ 2.490,00 a R\$ 3.735,00 com 20%; com 25%, de R\$ 3.735,00 a R\$ 4.980,00 e empatados, em último lugar, com 35% estão as faixas salariais acima de R\$ 4.980,00 e de até R\$ 415,00. Destaca-se então, que a faixa salarial com maior incidência do Recanto Caseiro fica na faixa de R\$ 1.245,00 a R\$ 3.735,00.



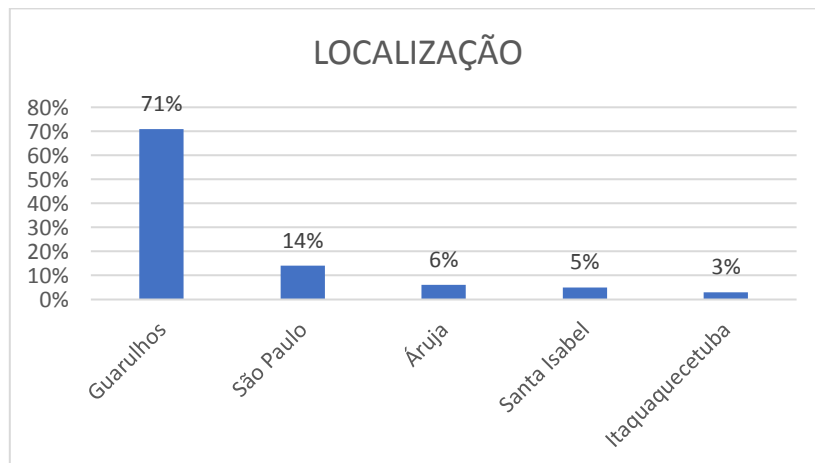
Em relação ao nível de escolaridade: 50% possuem superior incompleto; empatados com 20% estão aqueles com o ensino médio completo e superior completo; com 5%, também empatados, estão os com ensino fundamental completo e ensino médio incompleto.



Em relação ao tempo que o cliente conhece o estabelecimento: 35% conhecem o restaurante entre 1 a 2 anos; empatados com 20%, estão aqueles com menos de 1 ano, e 3 anos; e, por último, com 5% estão os que declararam ser a primeira vez que frequentam o Restaurante Recanto Caseiro.



Referente a localização de seus clientes, 71% moram em Guarulhos, 14% moram em São Paulo capital e se deslocam frequentemente para as proximidades do restaurante; 6% moram em Arujá, 5% Santa Isabel e 3% em Itaquaquecetuba.



Análise de Mercado

Na seção de análise de mercado, deve-se mostrar que se conhece muito bem o mercado consumidor do seu produto/serviço (através de pesquisas de mercado): como está segmentado, as características do consumidor, análise da concorrência, a sua participação de mercado e a dos principais concorrentes, os riscos do negócio etc.

Produto/serviço

A empresa Restaurante Recanto Caseiro disponibiliza de uma vasta variedade de produtos tendo como principal foco os pratos típicos do Brasil, como: Feijoada, moqueca, acarajé, pato no tucupi, baião de dois, arroz com pequi, arroz carreteiro, virada paulista, galinhada e camarão na moranga.

Os serviços oferecidos pelo restaurante são valet, espaço para crianças, espaço para pets, área de buffet e um aplicativo exclusivo para clientes onde podem ter acesso a cupons de descontos exclusivos.

Sistema produtivo

O sistema produtivo do Restaurante Recanto Caseiro está capacitado para atender a sua demanda diária de 140 (cento e quarenta) pedidos, a quantidade de equipamentos que ela possui no momento é suficiente para atender a esta demanda. Os pedidos são processados por ordem de chegada a cozinha, onde cada uma das envolvidas assume uma função, e procuram deixar o pedido pronto em um curto espaço de tempo.

Em relação à qualidade dos produtos do Restaurante Recanto Caseiro existe um controle de qualidade, efetuado durante todo o processo de produção, armazenagem e embalagem dos produtos. O controle da qualidade é de responsabilidade de todos os envolvidos no processo de produção até a entrega ao cliente. A postura adotada pela Restaurante Recanto Caseiro transparece nos seus produtos de excelência, estando em conformidade com as características específicas e exigidas pelos órgãos competentes como a Vigilância Sanitária, está efetuada pela Secretária Municipal de Saúde e Ação Social do Município de Guarulhos/SP.

Análise da concorrência

A análise dos concorrentes é essencial para a empresa, pois se pode agir de forma antecipada e justamente nas áreas em que os concorrentes apontam pontos fracos e não atendem à demanda de mercado.

Os principais concorrentes indiretos do Restaurante Recanto Caseiro são as restaurantes por kg e self service. Como principais características desses concorrentes indiretos destacam-se os preços praticados por ser produzida no local e no restaurante terceirizado, além da maior diversidade de pratos, estrutura apropriada para servir. Os concorrentes diretos do Restaurante Recanto Caseiro são todos os restaurantes que há na cidade. Esses concorrentes possuem como principais características ambientes mais modernos, alguns já tradicionais e com maior investimento em divulgação. Há mercado para todos, pois a cidade recebe diariamente uma grande quantidade de visitantes (vendedores, fornecedores) movimentam a economia e cada um busca um local ou outro para sanar suas necessidades de alimento. Porém é muito importante para o Restaurante Recanto Caseiro avaliar as principais características dos seus concorrentes e seu mercado de atuação a fim de agir de forma agressiva nos diferenciais que possui criando estratégias para atrair mais clientes, e atingir os objetivos esperados com este Plano de negócio.

Participação de mercado

A análise de mercado é de suma importância, pois é através dele que se define qual a atividade ou segmento de atuação, assim como para conhecer melhor os clientes, concorrente e o mercado em si, melhorando e orientando os melhores caminhos a seguir. A empresa Restaurante Recanto Caseiro visualizou excelente oportunidade na reestruturação da empresa buscando melhores resultados por meio da organização, assim como conhecer melhor seus concorrentes e clientes a fim de melhorar a participação no mercado, sua atuação de comercialização de produtos alimentícios na cidade de Guarulhos, assim como tornar a empresa conhecida na região.

Risco do negócio

Os riscos se apresentam de formas variadas surgindo dentro do ambiente operacional como também fora dele. Abrangem incertezas advindas do mercado, sendo assim considerados estratégicos, como também impactam os

custos e receitas estando ligado à parte financeira. Muitos autores os classificam de diferentes modos.

Risco de mercado: definidos como uma medida numérica de incerteza por estar ligados aos retornos esperados dos investimentos, que impactam cada um deles o exemplo de taxas de juros, câmbios, ações etc. Dentre os riscos que compõe esta série, destacam-se: taxas de juros e taxas de câmbio.

Risco de liquidez: caracterizado como risco de se perder pela incapacidade de se desfazer de uma posição ou então de não conseguir levantar fundos suficientes para 3 atender as exigências de caixa/compromissos urgentes, sem que se perca valores no processo.

Risco Legal: originário de incertezas em contratos estabelecidos sem um amparo legal ou por falta de representatividade do negociador ou mesmo da inobservância ou ilegalidade de alguma situação restringida por lei.

Risco Operacional: Ocorre pelas incertezas decorrentes da própria estrutura empresarial. Está relacionado com as falhas humanas, problemas com infraestrutura, alterações em algumas práticas no ambiente de negócios e quaisquer outras situações adversas no dia a dia da organização. Dentre elas, destacam-se os riscos: sistêmico e erros e fraudes.

Risco crédito: Define-se pela probabilidade de se perder no negócio ou atividade. É um risco que envolve vários aspectos fundamentais para as empresas, pois a falta de recebimento de seus produtos poderá levá-la a uma morte prematura.

Entretanto, é um elemento presente hoje nas transações empresariais como fator de alavancagem operacional. Nesta área podemos enumerar vários riscos como o de inadimplência, causado pela incapacidade de pagamento do devedor; concentração, administração e degradação do crédito e de garantias ocasionado principalmente por decisões administrativas incorretas ou pela falta de um estudo mais minucioso dos fatos relativos a cada área. Finalmente, ressaltamos o risco que norteia o “cliente” – elemento fundamental para qualquer empresa. De uma forma mais detalhada segue-se um estudo sobre as características do

cliente, observando os aspectos objetivos e subjetivos e em como se deve melhorar o desempenho da empresa, e ampliar sua vida no mercado extremamente concorrido como o de hoje.

Plano de Marketing

O Plano de Marketing apresenta como se pretende vender os produtos/serviços e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade e o plano promocional.

Estratégias de Marketing

A elaboração de estratégias de Marketing competente, íntegra e requer uma metodologia muito bem estruturada para que a empresa tenha o sucesso desejado no mercado onde está atuando.

Distribuição

Os produtos e serviços comercializados pela empresa Restaurante Recanto Caseiro são distribuídos aos seus clientes na própria empresa, no momento do pedido está distribuição acontece por meio de disponibilizar o que o cliente necessita, tendo a possibilidade de efetuar as refeições no local ou levá-la para casa. A deficiência na empresa em efetuar entregas ao meio dia e no período de maior movimento a noite por motivo do fluxo de pessoa que buscam os serviços oferecidos.

Mercado-alvo

Após pesquisar e analisar o mercado sugeriu-se a empresa Restaurante Recanto Caseiro definir o seu mercado de atuação. Visando crescimento sustentável, é necessário se posicionar e conhecer o posicionamento dos concorrentes como forma de tentar neutralizar possíveis novas ações dos concorrentes já existentes.

Posicionamento proposto para a Empresa

A empresa Recanto Caseiro é percebida pelo mercado-alvo como uma empresa atuante com produtos de qualidade. Essa qualidade percebida no produto e serviços se deve à busca incessante de fornecedores que disponibilizem matéria prima de qualidade, bem como pela dedicação e maestria com que cada funcionário prepara e atende os clientes.

PRODUTO	EMPRESA	POSICIONAMENTO
Comida brasileira	Macaxeira	Tradicional, concorrente direto e porções diversas.
Comida brasileira	Jeca Tatu	Entregas rápidas e com variedades nos produtos.
Comida brasileira	Divino Fogão	Tradicional, concorrente líder no segmento de quilo.
Comida brasileira	Giraffas	Líder em porções e pratos simples, preço baixo e variedade de produtos.
Comida brasileira e buffet	Black Rock	Tradicional, concorrente direto e porções diversas.

Ciclo de vida do produto

No que se refere ao ciclo de vida produto e serviços disponibilizados pela empresa Restaurante Recanto Caseiro, considerando ainda o tempo em que a empresa está atuando no mercado, considera-se em estágio de crescimento. Na fase de crescimento no ciclo de vida do produto, as principais características dessa etapa são;

Crescimento: o aumento da receita empresarial em função do aumento das vendas devido à qualidade e aceitação dos produtos. Também se destaca o maior fluxo de clientes que buscam a empresa nos últimos meses.

A empresa atua no mercado tendo como principal produto a ala minuta desde sua abertura e ela continua sendo muito requisitada, o aperfeiçoamento é feito dia a dia possibilitando com que este prato tão simples e caseiro venha atingindo crescimento constante nas vendas, objetivando o retorno financeiro desejado.

Este crescimento se dá devido à alta empregabilidade da mulher, bem como o grande número de empresas instaladas na cidade, onde é constante a visita de vendedores, representantes de venda e motorista, ajudando no desenvolvimento da economia local.

CANAL DE COMUNICAÇÃO	DEFINIÇÃO	PRAZO DE IMPLEMENTAÇÃO
Facebook	Criação de página e divulgação.	Abril de 2019.
Instagram	Divulgação em stories e reels.	Outubro de 2019.
Cardápio Folder	Elaboração de cardápio folder.	Fevereiro de 2020.
Outdoor	Na entrada da cidade.	Janeiro de 2021.

Diferencial Competitivo do Produto

O diferencial competitivo do Restaurante Recanto Caseiro está centrado na qualidade dos produtos e serviços prestados o qual gera aos clientes e para a própria empresa vantagem competitiva superior à dos concorrentes já existentes no mercado. A constante diversificação de produtos acompanhando o parto principal possibilita aos clientes aumentar a diversidade de produtos consumidos. Agindo assim, a empresa oferece aos clientes produtos de alta qualidade a preço competitivo com o intuito de beneficiar a seus clientes e a empresa. Dessa forma, o mercado e principalmente os clientes do Restaurante Recanto Caseiro terão maior confiança em seus produtos e serviços observando que quanto maiores os resultados, melhor é a qualidade dos produtos e a satisfação dos clientes, consequentemente, melhor será o seu retorno financeiro.

Ponto de Venda

São fatores de suma importância para a empresa: Localização, acesso, Apresentação externa e interna, merchandising, visual, imagem e marca. Quanto a localização o Restaurante Recanto Caseiro está em um ponto estratégico próximo ao shopping maia, ao lado de um posto de combustível e um supermercado. O seu acesso é prático por estar localizado em um dos bairros mais famosos de Guarulhos.

Possui estacionamento próprio, porém com poucas vagas, mas possui amplo estacionamento público à frente da empresa o que possibilita ótimo espaço para estacionamento, bem como a utilização nos finais de semana do estacionamento do supermercado e do posto de combustível onde ambos são abertos. Entre estes aspectos, também é importante todo o cuidado com a imagem externa e interna, visual e marca. A parte interna é bem estruturada a menos de 1(um) ano foram substituídas todas as mesas bem como o balcão de atendimento, porém é necessária uma reforma no ambiente interno e nos banheiros modernizando e deixando o ambiente mais agradável.

A preocupação com a parte externa também é evidenciada pela empresa, a qual possui placa divulgando a marca, porém foi sugerida a troca da placa existente por uma placa luminosa mais atrativa e moderna, bem como a pintura interna e externa da mesma em tom mais harmonioso.

Preços

Toda empresa precisa desenvolver uma planilha de preços praticados dos seus produtos, tendo como base os custos de produção, mas também é necessário conhecer os preços praticados pelos concorrentes como forma de traçar diferenciais competitivos em relação ao preço. Nesse sentido, após análise da concorrência, o Restaurante Recanto Caseiro atualmente adota preço médio dos produtos, considerando praticar preços não abusivos dentro das expectativas dos clientes. Os preços praticados pelas empresas do ramo da alimentação da cidade são parecidos cada um dentro de suas especialidades e da refeição

consumida, tendo com diferenciação nos preços ofertados o desconto de cada empresa pode oferecer aos clientes.

Vendas

A empresa Restaurante Recanto Caseiro possui a preocupação em ser autossustentável no que se refere a sua saúde financeira. Para tanto, se faz necessário vender para a obtenção de lucratividade da empresa. O aumento nas vendas de viandas e a procura pelas refeições servidas no restaurante são significativos o que indica que cada vez mais clientes buscam os restaurantes para suprir a necessidade de alimento, o que gera uma forte expectativa em aumentar as vendas e com isso aumentar gradativamente os lucros.

Plano Operacional

Estrutura funcional

O Restaurante Recanto Caseiro possui uma estrutura organizacional do tipo funcional, representando maior nível de integração e velocidade na tomada de decisões, sendo plenamente adequado para o desenvolvimento de suas atividades.

Matriz de responsabilidades do Restaurante Recanto Caseiro

NOME	CARGO	RESPONSABILIDADES
Janete	Gerente Geral	Orientação de funcionários e controle interno.
Reginaldo	Confeiteiro	Produções da confeitaria.
Tatiane	Auxiliar de Cozinha	Auxiliar nos preparos e limpeza dos utensílios.
Barbara	Auxiliar de Cozinha	Auxiliar nos preparos e limpeza dos utensílios.

Alexandra	Chef de Cozinha	Preparo e supervisão da equipe.
Caroline	Estagiária	Auxilia em todas as funções.
Rafael	Garçom	Atende os clientes.

O Restaurante Recanto Caseiro adota uma política salarial diferenciada possibilitando aos funcionários um salário compatível à dedicação e a seriedade com que conduzem os trabalhos diários. Além de oferecer todas as refeições em expediente, como não possui política de benefícios está se sugerindo um acréscimo salarial aos funcionários sem faltas no mês. A empresa valoriza seu quadro de colaboradores, considerando que eles devem também estar satisfeitos com o ambiente de trabalho para, então, ter maior produção e rendimento em suas tarefas.

Turnos organizados como uma jornada de trabalho diferenciada conforme apresenta a tabela

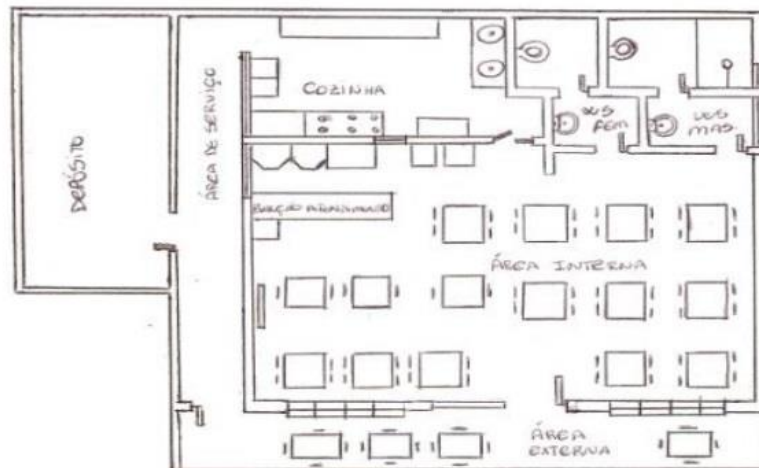
CARGO	TURNO MANHÃ		TURNO NOITE	
--------------	--------------------	--	--------------------	--

	Entrada	Saída	Entrada	Saída
Janete	08:00	17:00	-	-
Reginaldo	07:00	16:00	-	-
Tatiane	-	-	12:00	21:00
Barbara	-	-	11:00	20:00
Alexandra	09:00	18:00	-	-
Caroline	09:30	16:30	-	-
Rafael	-	-	13:00	22:00

Layout físico

O Restaurante Recanto Caseiro está instalado em uma área de 199,10m², sendo que toda a área ocupada entre cozinha, depósito e área de serviço. Toda a área construída do Restaurante Recanto Caseiro possui acesso à energia elétrica, sistema de água e esgoto, acesso a linhas telefônicas, tv a cabo e internet.

Planta baixa do Restaurante Recanto Caseiro



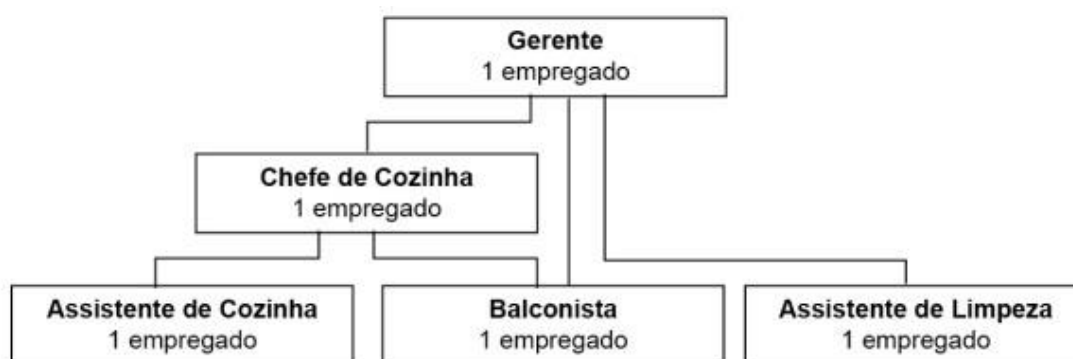
Plano de RH/ Necessidade de Pessoal

O período de trabalho dos funcionários do restaurante é dividido em 2 turnos de 6 horas. O primeiro turno é o que possui o fluxo mais intenso de clientes, pois inclui o horário de pico do almoço, que acontece das 12h às 14h. No total, são necessários 12 funcionários para a realização de todas as tarefas determinadas para o perfeito funcionamento do restaurante. Sendo que 7 participam do primeiro turno e 5 do segundo. No primeiro turno a escala de funcionários inclui 1 gerente, 1 chefe de cozinha, 2 atendentes de balcão, 2 auxiliares de cozinha e 1 auxiliar de limpeza. O segundo turno segue a mesma escala, mas com apenas 1 auxiliar de cozinha e 1 atendente de balcão. No organograma abaixo, estão descritas as duas escalas de trabalho, com a ordem hierárquica de funções.

1º turno (9h00-15h00)



2º turno (15h00-21h00)



Nos quadros a seguir estão descritos os detalhes das atividades envolvidas em cada função.

Gerente

Descrição sumária	Principal responsável pela administração diária da loja
Descrição das funções	• Administração e supervisão geral • Remanejamento de funções • Abertura/fechamento • Resolver problemas com clientes • Avaliação e seleção de funcionário

Especificações para o cargo	• Formação superior na área que atua • Conhecimentos em informática
Habilidades	• Boa comunicação • Proatividade • Liderança • Inteligência estratégica
Salário estimado	R\$2.300,00 (incluindo benefícios)

Chefe Cozinha

Descrição sumária	Responsável pela administração da cozinha e criação de novas receitas
Descrição das funções	• Administração de todas as atividades envolvidas com a cozinha e estoque • Gerencia dos auxiliares de cozinha • Supervisão da padronização de elaboração de todos os pratos • Supervisão de higiene • Elaboração de novos pratos
Especificações para o cargo	• Formação em gastronomia ou chefe de cozinha • Formação técnica em manipulação de alimentos
Habilidades	• Criatividade • Liderança • Facilidade em gerenciamento de equipe

	• Proatividade
Salário estimado	R\$ 2.300,00 (incluindo benefícios)

Balconista

Descrição sumária	Responsável pelo atendimento dos clientes
Descrição das funções	• Atendimento e recebimento de pedidos • Preparo básico de pratos • Finalização de pedidos
Especificações para o cargo	• Ensino médio completo • Formação técnica em manipulação de alimentos • Conhecimentos em informática
Habilidades	• Facilidade de comunicação • Simpatia • Agilidade • Boa apresentação
Salário estimado	R\$1.400,00 (incluído benefícios)

Auxiliar de cozinha

Descrição sumária	Assessorar o chefe nas atividades da cozinha e no estoque
Descrição das funções	• Realizar as atividades determinadas pelo chef • Repor itens • Organizar • Lavar louças e utensílios

Especificações para o cargo	Ser formado ou estar cursando Gastronomia
Habilidades	- Agilidade e proatividade - Organização - Facilidade em trabalhar em equipe
Salário estimado	R\$1.500,00 (incluindo benefícios)

Auxiliar de limpeza

Descrição sumária	Ser responsável pela limpeza do restaurante
Descrição das funções	- Realizar a limpeza pesada da área do atendimento, cozinha e estoque - Fazer limpezas emergenciais
Especificações para o cargo	Ensino fundamental completo
Habilidades	- Agilidade - Organização
Salário estimado	R\$1.500,00

Plano de carreira

Com o objetivo de garantir o padrão de qualidade no atendimento, e evitar o prejuízo gerado pela rotatividade no quadro de funcionários, que envolve desde custos tributários e de treinamento, como também o risco de perda de valor percebido pelos clientes, ocasionado por eventuais problemas com o atendimento por funcionários pouco experientes. É de grande importância a implementação de um plano de carreira, concebido por uma estratégia de gestão de pessoas por competências, com o objetivo de estimular, engajar e manter os empregados satisfeitos e alinhados com os objetivos da empresa. Leme (2005) define gestão por competência em três etapas fundamentais: Identificar as competências necessárias para cada função; identificar as competências de

cada funcionário; e por fim cruzar as duas informações anteriores e identificar o treinamento necessário individualmente para cada funcionário em sua respectiva função. A seguir estão descritos três pontos essenciais no plano de carreira de cada funcionário dentro da empresa: política salarial, remuneração estratégica e avaliação de desempenho.

Política Salarial

Considerando que um diferencial essencial para a construção da marca é a personalização e qualidade de atendimento aos clientes, é primordial que os funcionários estejam engajados nesse processo, e que a empresa evite ao máximo a rotatividade de empregados, pois o tempo e o dinheiro consumidos com treinamento e renovação de equipe podem comprometer o processo de estabelecimento da personalidade da marca no mercado. Além do ambiente agradável de trabalho, é necessário manter uma boa política salarial, para que os bons empregados se sintam satisfeitos com a sua ocupação e não encarem o seu emprego como um cargo provisório, esperando aparecer opções mais atraentes em outras empresas. Por essa razão, cargos essenciais como o de balconista e o de gerente, que exercem funções de atendimento direto com o público, oferecem remunerações acima da média de mercado neste setor, além de constantes aprimoramentos, como cursos especiais de capacitação que contribuem para a formação profissional de todos os funcionários.

Remuneração estratégica

Outro forte diferencial da marca é a qualidade das receitas exclusivas do restaurante, que dependem muito da criatividade e engajamento dos chefes de cozinha. Por essa razão, é necessário desenvolver ferramentas que os mantenham estimulados a criar receitas e sugestões inovadoras para o cardápio, como um sistema de remuneração estratégica, com participação nos lucros, em que os chefes recebem uma porcentagem da receita gerada a partir dos pratos desenvolvidos por eles. Outros tipos de benefícios também podem ser oferecidos para atrair novos profissionais talentosos e criativos, como programas de estágio para estudantes de cursos de gastronomia ou chefe de cozinha. Proporcionando um ambiente de trabalho que estimule a criatividade e recompense financeiramente os profissionais que desenvolverem novos

produtos que atraiam mais clientes e gerem mais lucratividade para o restaurante.

Avaliação de desempenho

A fim de manter um ambiente saudável de trabalho, com um bom relacionamento entre os funcionários, e identificar falhas e problemas que possam estar ocorrendo dentro da empresa sem que fiquem visíveis aos gerentes e administradores, uma série de medidas cautelares devem ser implementadas. A primeira delas são os métodos de avaliação de desempenho dos funcionários, que serão executados de quatro maneiras: Avaliação da gerência, autoavaliação, avaliação em 360° e pesquisa de satisfação com os clientes. A avaliação da gerência será realizada diariamente pelo gerente de cada turno, por meio de preenchimento de uma lista de conferência a partir de observação direta do cotidiano da empresa. Nele, o responsável deve identificar eventuais falhas e méritos dos funcionários e anotar observações e sugestões de melhorias. O objetivo destes formulários não é coagir ou pressionar os empregados, e sim tentar prever e corrigir pequenas falhas que possam gerar problemas maiores no futuro. A autoavaliação também será realizada por meio de formulários, mas esses deverão ser preenchidos uma vez a cada mês. Nele, cada funcionário poderá fazer uma autoavaliação do seu desempenho, identificando pontos onde possa estar enfrentando dificuldades, e fazendo sugestões de melhorias que possam otimizar a sua função. Esse formulário também não tem o objetivo de coerção, e para estimular o seu preenchimento, o funcionário pode receber algum benefício ao entregá-lo mensalmente. A avaliação em 360°, é realizada em uma reunião aberta, com a presença de todos os empregados, onde todos podem discutir diretamente sobre diversos assuntos relacionados ao cotidiano da empresa, estando sujeitos igualmente à críticas e elogios, abrindo o debate para que com a soma de diferentes ideias e opiniões possam resultar em soluções inovadoras e que possam contribuir positivamente para todos. É essencial que essa reunião seja realizada em um ambiente amigável, onde todos possam se sentir à vontade para participar, podendo inclusive ser realizada em conjunto com uma confraternização descontraída, fora do ambiente de trabalho. É importante também que o encontro seja mediado corretamente, para que o

foco dos debates não se desvirtue do objetivo proposto. Por fim, deve-se oferecer canais para que os clientes também possam fazer suas críticas, sugestões e elogios. Pode-se aproveitar o sistema de CRM estabelecido, e que já inclui os clientes mais envolvidos com a empresa. É importante que os clientes não sejam forçados a participar destas pesquisas, pois isso pode distorcer a análise das respostas obtidas.

Plano Financeiro

A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas de sua empresa e as comprovações, através de projeções futuras (quanto precisa de capital, quando e com que propósito), de sucesso do negócio. Deve conter itens como fluxo de caixa com horizonte de 3 anos, balanço, ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, lucratividade prevista, prazo de retorno sobre investimentos etc.

O planejamento financeiro é uma das etapas fundamentais para a viabilização da implementação de um plano de negócios, proporcionando ao empreendedor e seus investidores uma perspectiva mais realista dos recursos necessários para que a empresa inicie as atividades de forma correta, e com uma estimativa concreta de retorno. A partir dele, os investimentos podem ser feitos de maneira criteriosa, buscando manter uma boa saúde financeira no negócio, evitando gastos excessivos ou contenção exagerada de custos, que podem comprometer o bom funcionamento da empresa. Existem vários métodos de montar um plano financeiro para empresas, que atendem às mais diversas necessidades. Para este trabalho, o planejamento será realizado em cinco etapas, conforme modelo sugerido pelo SEBRAE: Investimento total, estimativa de faturamento, estimativa de custos e despesas, demonstrativo de resultados e indicadores de viabilidade. Na primeira etapa serão descritos todos os tipos de investimentos necessários para a abertura e estruturação da empresa: fixos, capital de giro e pré-operacionais. Com isso, será obtido o montante de recursos que o empresário deverá levantar antes mesmo de abrir as portas do seu negócio. Na segunda etapa é feita uma estimativa projetada do faturamento mensal da empresa com

a venda dos produtos. Na terceira etapa serão estimados os mais diferentes tipos de custos e despesas operacionais da empresa, desde custos com materiais, de comercialização, de mão-de-obra, de depreciação e custos fixos operacionais. Na etapa seguinte, a partir das estimativas de faturamento e da soma dos custos totais, fixos e variáveis, é feito uma análise dos resultados mensais da empresa, podendo-se então prever se a operação trará lucros ou prejuízos. Por fim, a partir de todos os dados levantados, é realizada uma análise financeira geral para diagnosticar a viabilidade do negócio e determinar o ponto de equilíbrio, a lucratividade, a rentabilidade, e enfim estimar uma previsão de retorno do investimento.

Investimento inicial

O cálculo do investimento total serve para que o empresário e seus investidores tenham como referência uma estimativa real para analisar a viabilidade inicial do seu negócio, de acordo com os seus recursos disponíveis. Nele são discriminados em pré-operacionais e fixos. Para este plano foram utilizados valores aproximados apenas como referência, de acordo com pesquisas reais de mercado. Pode haver discrepâncias com os valores aplicados na prática, e todos eles estão sujeitos a variáveis de inflação, negociação direta com parceiros e fornecedores, além de outras oportunidades de mercado, como equipamentos usados e em bom estado.

Investimentos Pré-Operacionais

Os investimentos pré-operacionais abrangem os custos gerados antes do início das atividades da empresa e que não são capitalizados posteriormente.

Despesas de legalização	R\$4.000,00
Obras civis e reformas	R\$30.000,00
Consultoria técnica com nutricionista	R\$10.000,00
Criação de cardápio com chefe	R\$10.000,00

Criação de identidade visual	R\$56.000,00
TOTAL	R\$110.000,00

Investimentos Fixos

Os investimentos fixos representam os bens adquiridos para o funcionamento adequado do negócio e compõem parte do capital imobilizado da empresa. Os itens foram discriminados de uma forma simplificada e a partir de uma estimativa aproximada de custos, referente a um restaurante padrão de acordo com informações obtidas com o SEBRAE. A lista detalhada de equipamentos e materiais necessários depende da consultoria técnica de um nutricionista, que determinará todos os processos operacionais da cozinha do restaurante, e será realizada na primeira etapa de implementação deste plano de negócios.

Equipamentos de cozinha industrial	R\$30.000,00
Móveis e materiais de escritório	R\$3.000,00
Utensílios de cozinha	R\$5.000,00
Buffet	R\$40.000,00
Uniformes	R\$2.000,00
TOTAL	R\$80.000,00

Capital de giro

O capital de giro é a soma dos recursos aplicados no funcionamento diário da empresa, incluindo o estoque inicial e o caixa mínimo, cujo cálculo está discriminado na sequência.

Estoque inicial	R\$5.000,00
Caixa mínima	R\$35.053,74
TOTAL	R\$40.053,74

Estoque inicial

O estoque inicial foi estimado a partir de informações coletadas nos guias desenvolvidos pelo SEBRAE para o planejamento de restaurantes especializados em caldos e saladas, considerando um fluxo médio de 300 refeições por dia. Os itens detalhados de estoque serão determinados pela consultoria técnica do nutricionista que será realizada na primeira etapa de implementação do plano.

Estoque inicial	R\$5.000,00
-----------------	-------------

Caixa mínimo

O caixa mínimo é a quantia necessária que deve estar disponível para cobrir os custos de funcionamento diário da empresa, até que os pagamentos a prazo feitos pelos clientes entrem no caixa. Para este cálculo, determina-se o prazo médio estimado das vendas feitas a prazo, o prazo médio das compras feitas com fornecedores e a média de dias de permanência dos estoques. Com esses números é calculada a necessidade líquida de capital de giro em dias. A partir da soma total do custo mensal da empresa, dividida pelo número de dias no mês, é obtido o custo total diário da empresa. O valor do caixa mínimo é o custo total diário multiplicado pela necessidade líquida de capital de giro em dias.

A seguir estão discriminadas todas as tabelas utilizadas nesse cálculo.

Cálculo do prazo médio de vendas (contas a receber)

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada de dias
A vista	40	0	0
A prazo (crédito)	30	30	9
A prazo (vale alimentação)	30	30	9

TOTAL			18 dias
-------	--	--	---------

Cálculo do prazo médio de compras (fornecedores)

Prazo médio de compras	%	Número de dias	Média ponderada de dias
A vista	60	0	0
A prazo	40	30	12
TOTAL			12 dias

Cálculo da necessidade média de estoques

Necessidade média de estoques	3 dias
-------------------------------	--------

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
Contas a receber	18 dias
Estoques	3 dias
Subtotal 1	21 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
Subtotal 2	12 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias	12 dias
Subtotal 1 – Subtotal 2	9 dias

Cálculo do caixa mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$56.295,53
2. Custo variável mensal	R\$60.550,34
3. Custo total da empresa (1+2)	R\$116.845,87
4. Custo total diário (3:30)	R\$3.894,86
5. Necessidade líquida de capital de giro em dias	9 dias
Caixa mínimo (4x5)	R\$35.053,74

Investimento total

Investimento pré-operacional	R\$110.000,00
Investimento fixo	R\$80.000,00
Capital de giro	R\$40.053,74
Total	R\$230.053,74

Estimativa do faturamento mensal da empresa

Para base de cálculo foi estipulado 23 dias por mês, considerando 21 dias úteis, em média, mais 2 dias que representam os sábados. Considerando que o sábado é um dia com fluxo de circulação reduzido pela metade, aproximadamente, e com o objetivo de simplificar a representação da tabela, os 4 sábados do mês foram contabilizados como equivalentes a 2 dias úteis.

Item	Valor Uni.	Qtde/dia	Receita/dia	Qtde/mês	Receita/mês
Feijão tropeiro	R\$40,00	18	R\$720,00	411	R\$16.440
Galinhada	R\$35,00	10	R\$350,00	230	R\$8.050
Feijoada	R\$48,00	28	R\$1.344,00	644	R\$30.912
Contra Filé	R\$30,00	15	R\$450,00	345	R\$10.350

Picadinho de carne	R\$28,00	9	R\$252,00	207	R\$5.796
Filé de frango	R\$24,00	21	R\$504,00	483	R\$11.592

Custos de matéria-prima

Os detalhes das listas de ingredientes e materiais necessários para a produção dos itens disponíveis no cardápio serão definidos a partir da criação das receitas encomendadas pelo chefe responsável e pela consultoria técnica de padronização de procedimentos realizadas pelo nutricionista. Ambos os serviços devem ser contratados durante a primeira etapa de implantação deste plano de negócios.

Item	Custo mensal
Ingredientes	R\$40.000,00
Materiais descartáveis	R\$10.000,00
TOTAL	R\$50.000,00

Custos de comercialização

A opção mais indicada de regime tributário para este modelo de empresa é o SIMPLES Nacional, pois além de ter uma carga reduzida de tributos, reduz os custos com contabilidade, pois quase todos os impostos são unificados em uma cobrança única. Para o modelo proposto, cuja receita média mensal estimada está abaixo de R\$180.000,00, a alíquota estabelecida é de 6% sobre o total de receita bruta. Outro custo de comercialização previsto é o das operadoras de cartão de crédito, débito e vale alimentação. Segundo pesquisa da ABECS (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços), no ano de 2011, 72,4% dos consumidores brasileiros tinham acesso essa forma de pagamento, sendo que 54% utilizam regularmente nas suas compras em estabelecimentos comerciais. Essa mesma porcentagem foi aplicada, a título de referência nos cálculos abaixo. A tarifa média desse serviço é de 3%.

Descrição	%	Faturamento mensal estimado	Custo total
Impostos federais			
Simples Nacional	6	R\$138.456,00	R\$8.307,36
Outros			
Adm. do cartão	3	R\$74.766,24	R\$2.242,98
TOTAL			R\$10.550,34

Demonstrativos do resultado

A análise do resultado do demonstrativo abaixo, mostra que a empresa, dentro dos padrões determinados no plano de negócios, obterá na sua operação mensal um lucro de R\$21.610,13

Descrição	R\$
1. Receita total com vendas	R\$138.456,00
2. Custo variáveis	R\$60.550,34
3. Margem de contribuição (1-2)	R\$77.905,66
4. Custos fixos	R\$56.295,53
5. Resultados Operacional (3-4)	R\$21.610,13

Indicadores de viabilidade

Ponto de equilíbrio

O cálculo do ponto de equilíbrio determina o faturamento necessário para que a empresa cubra todos os seus custos operacionais em determinado período. Para isso são utilizadas as seguintes fórmulas:

Margem de contribuição = Receita total – Custo variável total
Índice da margem de contribuição = Margem de contribuição / Receita total
Ponto de equilíbrio = Custo Fixo Total / Índice da Margem de Contribuição

Receita total = R\$138.456,00

Custo Variável Total = R\$60.550,34

Custo Fixo Total = R\$56.295,53

Margem de contribuição = R\$138.456,00 – R\$60.550,34 MC = R\$77.905,66

Índice da margem de contribuição = R\$77.905,66/ R\$138.456,00 IMC = 0,56

Ponto de equilíbrio = R\$56.295,53/ 0,56 PE = R\$ 100.527,73 54 7.5.2

Lucratividade

O índice de lucratividade é um indicador de competitividade. Quanto maior esse índice, mais força a empresa terá para competir no mercado. Para esse cálculo, é utilizada a seguinte fórmula:

$\text{Lucratividade} = \text{Lucro líquido} / \text{Receita total} \times 100$

Lucro líquido = R\$21.610,13 Receita total = R\$138.456,00

Lucratividade = R\$21.610,13/ R\$138.456,00x 100 Lucratividade = 15,60% ao

mês 7.5.3 Rentabilidade A rentabilidade é um indicador de atração para investimentos no negócio, medindo a capacidade de retorno financeiro dos investidores. É calculado com a seguinte fórmula:

$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro líquido} / \text{investimento total} \times 100$
--

Lucro líquido = R\$21.610,13

Investimento total = R\$230.053,74

Rentabilidade = R\$21.610,13/ R\$230.053,74 x 100

Rentabilidade = 9,39% ao mês

Plano de Implementação

No plano de implementação foi definido os segmentos e tarefas que serão conduzidos pelo Restaurante Recanto Caseiro. Ele foi criado com base no plano estratégico da empresa, seguindo o protocolo para a realização de metas a curto e longo prazo.

No mês de junho, será feita a definição de cliente, nicho de mercado, levantamento das necessidades internas/externas, mapeamento de processos, divulgação do sistema SGI e definição das políticas e procedimentos em SGI que serão desempenhados pela proprietária, gerencia e consultoria.

Em julho, a implementação será voltada aos processos e treinamentos nas compras, cozinha, reabastecimentos, caixas e estoques, onde a consultoria será de total responsabilidade.

Em agosto, começa a implementação na fase de execução onde os responsáveis são os próprios funcionários que tem a autonomia de desempenhar e avaliar como está sendo a implementação de forma saudável e objetiva.

Em setembro é elaborado pela consultoria o manual do planejamento estratégico, e em seguida de forma contínua e avaliada conforme está o andamento do Restaurante Recanto Caseiro, é a gerência dos processos padrões.

Restaurante Recanto Caseiro							Responsável: Tiffani Macedo							
Plano de Implantação														
PROJETO		Responsável	JUNHO				JULHO				AGOSTO		SETEMBRO	
			1ºSem	2ºSem	3ºSem	4ºSem	1ºSem	2ºSem	3ºSem	4ºSem	1ºSem	2ºSem	3ºSem	4ºSem
1	Definição de cliente e nicho de mercado	Proprietário	X											
2	Levantamento das necessidades internas e externas	Proprietário		X										
3	Mapeamento dos processo	Consultoria			X									
4	Divulgação do Sistema de SGI e seus objetivos	Prop. Gerência				X								
5	Definição das Políticas e procedimentos em SGI	Consultoria/Prop.												
Definição do Plano de implementação de processos														
6	Compras	Consultoria					X							
	Cozinha	Consultoria					X							
	Reabastecimento	Consultoria					X							
	Caixa	Consultoria					X							
	Estoque	Consultoria					X							
Treinar equipe em todos os processos														
7	Compras	Consultoria							X					
	Cozinha	Consultoria							X					
	Reabastecimento	Consultoria							X					
	Caixa	Consultoria							X					
	Estoque	Consultoria							X					
Execução do Plano de implementação dos Processos														
8	Compras	Gerente										X		
	Cozinha	Chef de Cozinha										X		
	Reabastecimento	Auxiliar de Cozinha										X		
	Caixa	Gerente										X		
	Estoque	Auxiliar de almoxarifado										X		
9	Elaborar Manual de Planejamento Estratégico	Consultoria											X	
10	Gerenciar os processos padrão de melhoria contínua em SGI	Gerência											X	
PERMANENTE														

Anexos



Logo do Restaurante Recanto Caseiro



Panfleto de divulgação do Restaurante Recanto Caseiro

MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: Restaurante Recanto Caseiro

1. Tiffani Macedo Alves, brasileira, solteira 23/02/1999. 123.544.198-0/ 50.785.916-0, SSP, São Paulo modelo com base na Lei nº 9.503, de 23.9.97), Rua Santa Quitéria, número 566, Jardim Cumbica Guarulhos São Paulo.

2. **Beltrano de Tal** Tiffani Macedo Alves (art. 997, I, CC/2002);

constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Restaurante Recanto Caseiro e terá sede e domicílio em Guarulhos, no bairro parque Renato Maia (art. 997, II, CC/2002)

2ª O capital social será R\$ xxxxx reais dividido em xxxx quotas de valor nominal R\$ xxxx subscritas e integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

(art. 997, III, CC/2002) (art. 1.055, CC/2002)

3ª O objeto será prezar pelo bom atendimento e qualidade

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 03 de Fevereiro de 2016. e seu prazo de duração é indeterminado. (art. 997, II, CC/2002)

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (art. 1.056, art. 1.057, CC/2002)

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. (art. 1.052, CC/2002)

7ª A administração da sociedade caberá **Tiffani Macedo Alves** com os poderes e atribuições de Thayma Caroline Silva Oliveria autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio. (artigos 997, VI; 1.013. 1.015, 1064, CC/2002)

8ª Ao término da cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (art. 1.065, CC/2002)

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso. (arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002)

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. (art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002)

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (art. 1.011, § 1º, CC/2002)

Inserir cláusulas facultativas desejadas.

14 **Fica eleito o foro** para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 2 vias.

Guarulhos, 20 de Dezembro de 2021.

aa) Tiffani Macedo Alves

aa) Thayma Caroline Silva Oliveira

Contrato Social do Restaurante Recanto Caseiro

Conclusão

A elaboração do Plano de Negócio possibilitou enfatizar a importância do desenvolvimento do mesmo para as empresas independentemente do tamanho ou ramo. Para tornar o processo de gestão mais eficaz a implantação do Plano seria a solução para o problema de estruturação da empresa possibilitando ajustes nos pontos negativos e enfatizando os pontos positivos da empresa, deixando-a competitiva e atraente no mercado.

O objetivo geral de estruturar um Plano de Negócio com a finalidade de reestruturar o negócio foi cumprido ele foi desenvolvido buscando por meio do que foi sugerido adaptar o Plano as necessidades da empresa. Os objetivos específicos de realizar análise de mercado buscando conhecer melhor seus clientes e consumidores foi cumprido por meio de uma análise de mercado tendo definido como principais clientes conhecendo melhor os principais concorrentes definindo o posicionamento de cada um no mercado.

O objetivo de caracterizar o negócio criando sua visão, missão, valores e objetivos também foi cumprido sendo que foi realizado um detalhamento minucioso da empresa e sugerido os itens a cima relacionados e detalhar os processos realizados e as funções exercidas também foi cumprido sendo criado um organograma da estrutura organizacional, todo detalhamento dos cargos, fluxograma de roteiro de pedidos bem como todo o detalhamento da empresa. Tendo em vista os aspectos estudados ao decorrer desta pesquisa, conclui-se que diante de um mundo cada vez mais globalizado, informatizado e competitivo, um bom Plano de Negócio é de fundamental importância para a empresa. Toda a empresa independente de seu porte, atribuição ou ramo deve estar protegida de alguma forma da concorrência e conhecer seus clientes o PN possibilitou a empresa Restaurante Recanto Caseiro conhecer melhor seus consumidores e concorrentes, sugerindo a empresa mudanças internas, bem como na forma de organização dela, deixando-a estruturada. Todo o PN foi desenvolvido buscando sanar as necessidades da empresa adaptando a ela todos os processos de forma simples, porém apontando sugestões de melhorias para solucionar os problemas do cotidiano.

O crescimento proposto a empresa para os próximos 5 (cinco) anos, se dá devido ao aumento na demanda de refeições e implantação no restaurante. O negócio é rentável e propício a crescimento, possibilitando com que ela tenha vida longa no mercado e cada vez mais se torne autossustentável.

Referências bibliográficas

ACCO, Greici. Análise de Viabilidade Econômico- Financeira da Criação de uma Cafeteria. UFRGS - Trabalho de Conclusão. Porto Alegre- RS. 2008. Disponível em:

<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/17999/000653070.pdf?sequence=1>. Acesso em: 22 mai. 2012. ALFREDO, Luiz Henrique Pereira.

Empreendedorismo- origem e desafios para o Brasil do século XXI. SP. 2009. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/informese/artigos/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi/33075/>>. Acesso em: 25 abr. 2012. BIAGIO, Luiz Arnaldo.

BATOCCHIO, Antônio. Plano de negócio: Estratégia para micro e pequenas empresas. São Paulo- SP. 2005.1º ed. Editora Manole.

COSTA, André Fontoura et al. A Utilização do Planejamento Estratégico na Gestão de Pequenas e Medias Empresas. Monografia MBA/ FEAD Minas Gerais-MG, 2005. Disponível em:

[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/6D107C364C29025003256FEB00674C55/\\$File/NT000A6B6A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/6D107C364C29025003256FEB00674C55/$File/NT000A6B6A.pdf). Acesso em: 19 mai. 2012. CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo- SP. 2008. 3 ed. Editora Saraiva. DINIZ, Marcos Paulo.

Administração e Negócios. Minas Gerais- MG. 2010. Disponível em:<
<http://www.webartigos.com/artigos/conceito-de-empreendedorismo/31549/>.

Acesso em: 29 abr. 2012. 112 DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando Ideias em negócios. Rio de Janeiro. 2011. 4 ed. Editora Campus. Disponível em: <http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2011/11/Empreendedorismo-capitulo2.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2012. DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro. 2007.2 ed. 3º reimpressão. Editora Campus.

DORNELAS, José Carlos Assis. Manual para Elaboração de Plano de Negócio para Micro Pequena e Média Empresa. São Carlos- SP, 2000b. Disponível para download em: www.incubadorarevap.com.br/download/plano_neg_estrutura.doc. Acesso em: 26 mai. 2012. DORNELAS, José Carlos Assis. Por que Escrever um Plano de Negócios? 2000a. Disponível em: <http://www.planodenegocios.com.br/www/index.php/informcao/artigoscientificos/2953-por-que-escrever-um-plano-de-negocios>. Acesso em: 22 mai. 2012.

FICAGNA, Alba Valeria Oliveira. et al. Manual de métodos e técnicas de pesquisa. Editora Méritos, Passo Fundo. 2007. GEM (Global Entrepreneurship Monitor), 2011. Disponível para download: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/451> Acesso em: 1 de mai. 2012. GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed.SP. Editora Atlas, 2010. IBGE. As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil 2001. Rio de Janeiro. 2003. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/microempresa2001.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2012.