

Universidade de Santo Amaro

TRABALHO DE PROJETO INTEGRADOR

PLANO DE NEGÓCIOS
CASA D' MÃE

ANA LÚCIA FARIAS FREITAS

ELIANE SUELI DA SILVA DEL NERO SANSONE

SÃO PAULO

2021

Universidade de Santo Amaro

TRABALHO DE PROJETO INTEGRADOR

PLANO DE NEGÓCIOS

CASA D´MÃE

Trabalho desenvolvido para fins avaliativos da cadeira de Projeto integrador, professor docente Evanildo Guimarães Moreira da faculdade de gastronomia da Universidade de Santo Amaro.

Estudante: Ana Lúcia Farias Freitas - 4393961

Estudante: Eliane Sueli da Silva Del Nero Sansone –
4328019

SÃO PAULO

2021

RESUMO

Este trabalho trata-se de um plano de negócios relativo à abertura, na região do Grajaú, São Paulo, de um restaurante de comida natural. Na Casa D´Mãe os clientes poderão escolher os ingredientes de sua própria salada, através de um cardápio, com opção de grelhados (carne bovina, suína frango, tilápia, cação e merluza), com os acompanhamento e guarnições. Tendo como principais objetivos realizar diagnósticos do ambiente, definir o negócio, as ações de marketing e de recursos humanos, bem como elaborar um plano financeiro para demonstrar a viabilidade do empreendimento. A tipologia foi da avaliação formativa, a abordagem foi de caráter qualitativo, quantitativo com coleta de dados primários e secundários, depois de desferidos os resultados das diversas etapas propostas, determinou-se a viabilidade na abertura do restaurante Casa D´Mãe.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
2	SUMÁRIO EXECUTIVO	6
3	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA EMPRESA	6
3.1	Visão	6
3.2	Missão	6
3.3	Valores	6
4	DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO	7
4.1	Descrição.....	7
4.2	Equipe gerencial	7
4.3	O restaurante será composto de:	7
4.4	Estratégia do Negócio.....	7
5	PRODUTOS E SERVIÇOS	8
6	ANÁLISE DE MERCADO	8
7	PLANO DE MARKETING	8
7.1	Produto	9
7.2	Preço.....	9
7.3	Distribuição	9
8	PLANO OPERACIONAL	9
8.1	O atendimento ao cliente se dará:	10
9	PLANO DE RECURSOS HUMANOS	10
10	PLANO FINANCEIRO	11
10.1	Despesas pré-operacionais:.....	11
10.2	Móveis e utensílios	12
10.3	Máquinas e Equipamentos.....	13
10.4	Custos Fixos	13
11	PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	13
12	CONCLUSÃO	15
13	BLOGRAFIA	16

1 INTRODUÇÃO

Ao estudarmos a história contemporânea da sociedade, percebemos constante mudança e adaptação dos mesmos, tanto fisicamente quanto mentalmente, aos estímulos que recebem do meio em que vive. Todos nós humanos estamos inclusos no sistema capitalista, o qual nos pressiona a estarmos sempre progredindo economicamente. Portanto, acabamos dando menos importância para fatores fundamentais da nossa sobrevivência, como a alimentação.

A carga horária de trabalho e demais atividades da população, como estudos e deslocamento, cada vez mais se tornam prioridades nas atividades diárias e inviabilizam o tempo necessário para preparar uma refeição de qualidade, fazendo com que o indivíduo se alimente de modo que o tempo seja otimizado. Quando trata-se como secundária esta atividade, pode trazer consequências negativas à saúde, causando danos tanto no curto quanto em longo prazo.

Diante disso, quando um empreendedor decide criar uma nova empresa no ramo de alimentos, necessita ficar atento aos hábitos dos consumidores. A partir daí ele busca identificar oportunidades de negócios e coletar informações sobre elas, desenvolvendo os conceitos e estratégias de seu empreendimento. Para que seja colocado em prática.

Neste sentido, o plano de negócios é uma ferramenta que tem como função mostrar a capacidade e possibilidade do nascimento do novo empreendimento, podendo visualizar os possíveis fracassos e necessidades. Este trabalho visa oferecer aos clientes uma nova opção de alimentação, pois busca um novo conceito no ramo alimentício. Com a proposta de alimentos naturais e saudável.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

O plano de negócios apresentado neste trabalho propõe a abertura de um restaurante de comida natural na cidade de São Paulo, projetado para atender diferentes públicos através da sua proposta de cardápio de qualidade, saudável e de baixo custo, com a possibilidade de entrega diferenciada.

A empresa tem como função principal o suprimento da alimentação diária às pessoas que realizam diversas tarefas, geralmente trabalhadores da região. Os quais não tem tempo suficiente para elaborar refeições de qualidade.

O restaurante Casa D’Mãe é projetado para ter sua instalação física no bairro do Grajaú, localizado na zona sul de São Paulo, devido à grande concentração de pessoas e potencial de clientes, além da proximidade de bairros com a mesmas características.

O horário de funcionamento do restaurante é previsto para 11h:00 às 22h:00, onde serão propostas opções nos cardápios diários, alternando as opções diariamente. O funcionamento semanal será de segunda a sábado.

Como pode-se notar, o plano de negócios não é uma ferramenta estática, pelo contrário, é uma ferramenta extremamente dinâmica e deve ser atualizado e utilizado periodicamente.

3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA EMPRESA

3.1 Visão

O restaurante Casa D’Mãe visa ser reconhecido no mercado como referência de comida de qualidade com preço acessível, sendo reconhecido por seus clientes como um restaurante sólido, confiável e diferenciado.

De acordo com Oliver (2001, p.69) “a visão pode ser considerada como os limites que os principais responsáveis pela empresa conseguem enxergar dentro de um período de tempo mais longo é uma abordagem mais ampla”.

3.2 Missão

A missão do presente restaurante é oferecer comida de qualidade, saudável, saborosa e acessível aos seus clientes. Estimulando-os ao hábito de alimentações saudáveis, causando assim impacto positivo na vida de todos que tiverem acesso a essa experiência gastronômica.

3.3 Valores

Em respeito à sociedade e o meio ambiente, o restaurante terá como valores à atenção aos seus clientes, cuidados com a higiene, tanto com a manipulação dos alimentos como em

toda extensão das suas instalações, respeitando as políticas ambientais, mantendo a qualidade tanto dos serviços, quanto dos alimentos. Buscando levar experiências gastronômicas de baixo custo e forma atrativa ao cliente. Além de introduzir hábitos alimentares saudáveis.

4 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

4.1 Descrição

A Casa D'Mãe será registrada como um Micro Empresa LTDA, composta de dois sócios, sendo um idealizador do restaurante e que será seu principal gerente, e o outro sendo responsável pelo capital investido.

A empresa vai oferecer uma proposta de comida natural no qual o cliente poderá escolher, dentro dos itens oferecidos pelo restaurante, a sua de salada, molhos e grelhados. Outra proposta é tornar o horário de alimentação um momento de desconcentração em um ambiente de agradável convivência.

4.2 Equipe gerencial

De acordo com Lacombe (2005, p.18) “equipe é um pequeno número de pessoas com conhecimentos complementares, compromissadas com um propósito, metas de desempenho e abordagem comum, e pelos quais se mantêm mutuamente responsáveis”.

4.3 O restaurante será composto de:

- Um sócio trabalhando na gerencia do restaurante;
- Um sócio capitalista, que entrará com os recursos para viabilizar;
- 7 colaboradores, dois turnos, sendo: 1 Gerente; 4 ajudantes de cozinha e 2 atendentes.

4.4 Estratégia do Negócio

A estratégia que a empresa adotará será a estratégia diferencial, no qual visa suprir as necessidades e desejos dos clientes. Esta estratégia busca um grupo selecionado no qual procuram serviços diferenciados e com qualidade.

5 PRODUTOS E SERVIÇOS

O empreendimento irá oferecer serviços de qualidades aos nossos clientes, desde uma boa recepção até a chegada do produto na mesa, de forma com que o cliente se sinta confortável durante e depois do atendimento.

O restaurante pretende oferecer produtos naturais que caberá no orçamento dos clientes. A variedade existente em nosso cardápio é um diferencial, juntamente com produtos de excelente qualidade.

6 ANÁLISE DE MERCADO

O mercado de restaurantes no Brasil se mostra como um grande meio de oportunidades, por outro lado tem se mostrado um mercado bem saturado, nossa estratégia gira entorno do diferencial dos nossos produtos, mesmo que ainda existem muitos restaurantes que buscam oferecer produtos naturais. Em áreas periféricas ainda não houve intenção de se investir nesse segmento, Por esse motivo optamos por investir no bairro do Grajaú.

Tal preconceito de inacessibilidade, surge do fato de que muitos ainda acreditam que produtos naturais sejam de pouca acessibilidade. Acreditamos que, com um bom filtro, possamos demonstrar que os produtos podem entrar dentro da realidade dessas regiões, sem explorar ao máximo o cliente buscando a maior lucratividade.

Portanto, visto a carência de tal rede de restaurantes, pensamos em sermos diferenciados dentro da região, instigando o cliente ao consumo sustentável e saudável através de métodos conscientes e modernos de preparação de refeições com alimentos naturais de qualidade.

7 PLANO DE MARKETING

A Casa D'Mãe será vista como um lugar onde as pessoas se sintam à vontade e se alimentem bem, com prazer e rapidez.

O restaurante desenvolverá ações de marketing incentivando as pessoas a criarem o hábito de frequentar o estabelecimento através de uma política de fidelidade. Uma das ações aplicadas será a entrega de um cartão, chamado cartão fidelidade, no dia de sua primeira visita.

A cada visita o cliente receberá um carimbo no seu cartão fidelidade. Ele terá direito a uma refeição gratuita quando alcançar o número de dez carimbos em seu cartão.

A empresa estará iniciando o investimento em publicidade e propaganda quinze dias antes da abertura do restaurante, em locais estratégicos, tais como universidades, centros empresariais, escritórios e academias.

7.1 Produto

- Produtos e cardápios diversos sempre avaliados por nutricionistas.
- Marketing de relacionamento, e programa de fidelidade.

7.2 Preço

Para a determinação do preço de venda dos produtos, será levado em consideração o custo da matéria prima e os preços praticados pelos concorrentes.

- Carimbos para o programa de fidelidade;
- Aniversariante não paga desde que traga quatro acompanhantes;
- Campanha publicitária para a conscientização da população em geral, para o consumo de alimentos naturais como fonte de saúde e bem estar para todos.

Atualmente, um grave problema é o alto índice de colesterol alto, pela falta de ingestão de alimentos saudáveis.

Aos jovens, direcionando a campanha para a boa forma física e um estilo de vida ecologicamente correto. Para aqueles que já estão em dieta de emagrecimento será uma opção de alimentação com baixo teor calórico sem prejudicar o lazer.

7.3 Distribuição

A promoção da empresa será realizada através de pôsteres em locais estratégicos, como universidades, centros empresarias e academias. No entanto, o marketing de boca a boca é muito expressivo, além de não ter custos financeiros para a empresa. Será buscada excelência na qualidade dos produtos e serviços prestados, fazendo com que os clientes sejam os principais vendedores da empresa.

8 PLANO OPERACIONAL

O restaurante Casa D'Mãe será instalado no Grajau, na zona sul da cidade de São Paulo, localizada perto ao terminal Grajau.

O horário de atendimento será de segunda a domingo das 11 horas às 22 horas, como o restaurante servirá alimentos naturais é importante que os clientes saibam a procedência dos mesmos. Para tal, os alimentos estarão expostos a apreciação para que não haja duvida da qualidade dos mesmos. Outro ponto a ser destacado é a higienização dos

alimentos e o asseio dos funcionários com o uso de luvas e toucas no manuseio dos produtos.

8.1 O atendimento ao cliente se dará:

- O cliente receberá uma folha onde constam todos os itens disponíveis para a montagem de sua salada, o qual, deverá assinalar as suas preferências;
- Uma vez escolhido os itens, os funcionários montarão o pedido, e em seguida, levarão ao balcão para a entrega do cliente;
- Como serão oferecidos sucos, refrigerantes e água, os clientes fará suas escolhas, o quais serão servidos junto com a salada.

A empresa utilizará a infra-estrutura disponível de Shopping como as cadeiras e mesas na praça de alimentação, banheiros coletivos, estacionamento, segurança. A Casa D'Mãe fica responsável pela montagem do balcão e infra-estrutura interna, com geladeira para acondicionar os alimentos perecíveis, geladeira para as bebidas, grelha, liquidificador, pratos, talheres, bandejas, copos, guardanapos, caixa eletrônica, enfim, tudo que for pertinente para o bom funcionamento do restaurante.

9 PLANO DE RECURSOS HUMANOS

Os recursos humanos é um departamento chave para o sucesso da empresa. Para isso, necessita de uma boa logística, preparação e engajamento. Segundo o gestor do restaurante, os funcionários do setor são muito voláteis, e que o quadro de pessoal do seu empreendimento tem uma renovação de seis meses, e após este prazo, os funcionários optam por outras atividades e desistem do trabalho.

Por isso, é de suma importância que o gestor conheça todas as tarefas do restaurante, para que não fique a mercê dos funcionários e tenha a aptidão de treinar os novos quando ocorre essa mudança.

O empreendedor será uma peça chave em todas as funções do restaurante, sabendo realizar as atividades de cada área para que não fique dependente dos funcionários na parte operacional e possa treinar os novos, economizando o custo com treinamento.

Devido ao elevado turnover no setor, tarefas serão padronizadas e expostas em manuais, a fim de minimizar as interpretações e facilitar a ordem e organização das tarefas. Além disso, facilita a compreensão dos processos por novos funcionários,

minimizando o custo com treinamento e despesas com erros que podem ser evitados.

Para definição dos salários e encargos dos funcionários, foram consultados sites especializados e coletadas informações com profissionais do ramo. A estimativa dos salários foi baseada na média do salário recebido por estas funções, acrescida de uma pequena margem de remuneração para que os funcionários possam estar mais satisfeitos em relação a sua remuneração do que na maioria dos outros empreendimentos do ramo.

Tabela - Salários e Encargos

Cargo	Salários (R\$)	Encargos (R\$)
Cozinheiro	1.800,00	505,44
Auxiliar de cozinha	1.190,00	334,12
Atendente	1.003,00	282,11
TOTAL	R\$ 3.993,00	R\$ 1.121,67

10 PLANO FINANCEIRO

O investimento inicial do empreendimento visa estipular o gasto com despesas pré-operacionais, móveis, utensílios, máquinas e equipamentos. Como o empreendimento ainda está na fase inicial, o investimento inicial deve ser bem elaborado para não sair muito elevado, visto que se tem que adquirir todos os equipamentos necessários para a iniciação das atividades.

Para a elaboração do mesmo, foram pesquisados sites de internet especializados em imóveis para a obtenção dos valores médios, e contratado um especialista em reforma e instalações para a estimativa da despesa com reforma.

Para o início do empreendimento, será investido o valor de R\$ 200.000,00 obtidos pelo próprio empreendedor, a fim de evitar despesas com juros bancários devidos a empréstimo.

10.1 Despesas pré-operacionais:

As despesas pré-operacionais foram estimadas de acordo com dados pesquisados na internet e estimativas de profissionais especializados nas respectivas

áreas. Este investimento se faz primordial para iniciar as atividades operacionais da empresa.

Tabela – Despesas pré-operacionais

DESCRIÇÃO	Valor (R\$)
Reforma e Pintura	8.000,00
Legalização da empresa	566,78
Instalações	15.000,00
Criação Website	2.000,00
Total	R\$ 25.566,78

10.2 Móveis e utensílios

Os preços e quantidades de móveis e utensílios necessários para este tipo de empreendimento foram consultados em sites especializados e pela observação da cozinha do restaurante concorrente visitado.

Além da parte operacional, foram considerados artefatos para descanso, locais de armazenamento tanto de estoque, como de objetos pessoais da equipe, para que o custo seja o mais próximo do que realmente se obteria na prática.

Tabela – Móveis e utensílios

MATERIAL	Qtd.	Valor	Total
Balcão Atendimento	1	700,00	700,00
Panelas e Acessórios	-	2.000,00	2.000,00
Material limpeza	-	250,00	250,00
Cadeiras	6	200,00	1.200,00
Mesa	3	700,00	2.100,00
Armário	4	400,00	1.600,00
Lixeiras	2	170,00	340,00
Depreciação			748,00
TOTAL	-	-	R\$ 8.938,00

10.3 Máquinas e Equipamentos

Tabela – Máquinas e Equipamentos

Material	Qtd.	Valor	Total
Fogão Industrial c/ Forno	1	1,500,00	1,500,00
Freezer (usado)	1	2.500,00	2.500,00
Pia	2	600,00	1,200,00
Exaustor	1	200,00	200,00
Coifa	1	1.500,00	1.500,00
Liquidificador	2	300,00	600,00
Balança (usada)	1	200,00	200,00
Microondas	1	500,00	500,00
Ventilador	4	80,00	320,00
	TOTAL	7.380,00	8.520,00

10.4 Custos Fixos

Já nos seus custos fixos da empresa, como água, luz, aluguéis, telefone entre outros, não foi possível calcular os preços devido a imprevisibilidade do mercado.

11 PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

O plano de implementação do negócio em tela tem como fundamento a construção de um estabelecimento sólido que possa fornecer aos clientes produtos de qualidade e saudável.

O negócio será dividido em etapas, a primeira sendo a reforma onde será instalado o restaurante, para tanto será necessário a instalação de equipamento, fornos e móveis da cozinha, parte fundamental do restaurante, vale ressaltar que devemos realizar estudo de local propício, onde consigamos atingir o maior número de pessoas (público alvo), garantindo a produção e escoamento de nossos produtos.

Outrossim, será implementado diversas táticas de marketing, como a criação de páginas nas redes sociais, em especial Facebook e Instagram, as quais possuem um número altíssimo de usuários entre eles o nosso público alvo. E que garantam que publiquemos nosso conteúdo de forma direta e clara, atingindo nossos futuros clientes.

No mais, deveremos manter nosso produto com o mesmo aspecto de altíssimo rigor de qualidade, para que assim que experimentado por nossos clientes primários, garanta seu

retorno, em virtude da qualidade e aceitabilidade ao produto. Observa-se ser necessário estudo de profissionais adequados para a produção, para tanto, pretendemos utilizar método de contratação rígido de forma a filtrar o mercado de profissionais da área.

12 CONCLUSÃO

O restaurante Casa D'mãe mostra-se como uma proposta de possível aplicabilidade e sucesso no mercado, isto porque apresenta-se como uma ideia sólida e fácil aplicação. O nome da marca se faz como um grande diferencial, visto ao fato que possui apelo não exagerado as afeições dos clientes, outrossim, através de uma frente maternal, se preocupam com a saúde de seus queridos filhos, ou, mais especificamente de acordo com a proposta do trabalho, se preocupa com os queridos clientes reservando a tais produtos saudáveis, gostosos e de qualidade.

13 BLIOGRAFIA

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos Humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2005.

MATTAR, Fouse Najib. **Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento**. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

NAKASHIMA, Norio. **Gestão do Empreendedorismo como Fonte de Vantagem Competitiva**. São Paulo: EAESP/FGV, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

Tabelas salarias – salários médios, disponível em: <https://www.salario.com.br/tabela-salarial/> - Acesso em 25 de novembro de 2021 às 20:15.