



**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DEP. ARY DE CAMARGO PEDROSO e
E.E. PROFA WILSA APARECIDA GOMES VASCONCELLOS
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

Leticia Carvalho dos Santos

Ketelen Domingos dos Santos Almeida

Maria Eduarda Barbosa Rodrigues

Júlio César Messias Gomes

CANTINHO MINEIRO: Estudo de abertura de um restaurante em Piracicaba/Sp.

Leticia Carvalho dos Santos

Ketelen Domingos dos Santos Almeida

Maria Eduarda Barbosa Rodrigues

Júlio César Messias Gomes

CANTIN MINEIRO: Estudo de abertura de um restaurante em Piracicaba/Sp.

Trabalho de Conclusão de Curso do ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo), orientado pelo Prof. Vanderlei José Furlan Junior, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração

Piracicaba

2022

DEDICATÓRIA

- Agradecemos o professor Vanderlei José Furlan Junior, por ter sido nosso orientador e ter desempenhado tal função com dedicação e amizade. E os demais professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no nosso processo de formação profissional ao longo do curso. Obrigado por todos os professores pelos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com a qual guiaram o nosso aprendizado.

AGRADECIMENTOS

A escola E.E Wilsa Aparecida Gomes Vasconcellos e a Etec Dep. Ary de Camargo por nos trazer a oportunidade de conhecer e aprender mais sobre o ramo administrativo e nos auxiliarem quanto a ideia do projeto de abertura de um restaurante.

EPÍGRAFE

“Você nasceu para vencer, mas para ser um vencedor você precisa planejar para vencer, se preparar para vencer, e esperar vencer.”

ZIG ZIGLAR

RESUMO

A ação de cozinhar é uma das mais antigas atividades humanas, que surgiu há aproximadamente sete mil anos atrás, quando então o homem descobriu meios seguros de obter e dominar o fogo. Com relação ao ofício de cozinheiro, não se tem ideia da data do seu início. O que existe são relatos de grandes banquetes na corte da mesopotâmia por volta de 3000 a.c., o que vem a ligar esses banquetes a provável existência de cozinheiro. Em face disso, confirma-se que essa é uma profissão antiquíssima e, também, mostra que a comida sempre foi um importante elemento nas relações sociais e de poder.

Para que se possa abrir um empreendimento de maneira estruturada e ter retorno sobre o investimento e sobre o esforço deve-se analisar muito bem o mercado e os fatores cruciais de sucesso. Este trabalho teve como foco verificar a viabilidade de implantação de um restaurante de gastronomia típica mineira em Piracicaba-SP, A pesquisa tem grande importância para a implantação do negócio.

Para conhecer os potenciais consumidores do restaurante foi realizada uma pesquisa de mercado exploratória-descritiva quanto aos fins e quantitativa quanto aos meios, através de questionários estruturados e não disfarçados.

Diante do estudo foi possível elaborar a estrutura do restaurante e estratégias de ação que podem influenciar diretamente no sucesso do empreendimento. Verificaram-se também dados financeiros e de mercado que potencialmente caracterizam um restaurante do gênero. Pôde-se concluir que é viável a implantação do restaurante, porém, em cenários nos quais a sazonalidade influencia diretamente o resultado do negócio.

Palavras-Chave: Cozinhar. Empreendimento. Consumidores. Negócio.

ABSTRACT

Cooking is one of the oldest human activities, which appeared approximately seven thousand years ago, when man discovered safe means of obtaining and mastering fire. As for the cook's craft, there is no idea of when it began. What does exist are reports of great banquets at the Mesopotamian court around 3000 b.c., which links these banquets to the probable existence of a cook. This confirms that this is an ancient profession, and also shows that food has always been an important element in social and power relations.

In order to open a business in a structured way and to have a return on investment and effort, the market and the crucial success factors must be analyzed very well. This work focused on verifying the feasibility of the implementation of a typical gastronomy restaurant in Piracicaba-SP. The research has great importance for the implementation of the business.

To get to know the potential consumers of the restaurant an exploratory-descriptive market research was carried out as to the ends and quantitative as to the means, through structured and undisguised questionnaires.

In view of the study it was possible to elaborate the restaurant's structure and action strategies that can directly influence the success of the enterprise. Financial and market data that potentially characterize a restaurant of this kind were also verified. It was possible to conclude that the implementation of the restaurant is feasible, however, in scenarios in which the seasonality directly influences the business result.

Key-Words: Cooking. Enterprise. Consumers. Business.

LISTA DE TABELAS

Elaborada de acordo com a ordem apresentada no texto. Cada item deve ser designado por seu nome específico, título e respectivo número da folha ou página.

Modelo:

Tabela 1 – Título da tabela 65

LISTAS DE FIGURAS

Modelo:

Figura 1 - Código de busca e validação de usuários13

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Lista em ordem alfabética das abreviaturas e siglas utilizadas no texto, seguidas das palavras ou expressões correspondentes grafadas por extenso.

Modelo:

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é essencial e vital para o relacionamento das empresas com seu mercado e consumidores. As empresas devem estar atentas e dar importância aos clientes. Conheça-os fisicamente e mentalmente. Os anunciantes não precisam apenas saber a relação com a sociedade a cultura e seus paradigmas, mas também saber o que está acontecendo no mundo.

Proprietários de pequenas empresas dão importância à gestão de caixa, controle de estoque, preços, mas pouca preocupação com estratégias de marketing mais amplas. Ao projetar um bar ou restaurante, o empresário deve pesquisar se existe mercado para o que ele oferece. Dependendo da situação, preço, localização, decoração podem ser priorizadas. Todos esses elementos, entre outros, são ditados pelo marketing.

O restaurante Cantin Mineiro foi inaugurado em setembro de 2015. Oferece rodízio de comida típica mineira às quartas-feiras e música ao vivo às quintas-feiras. O ponto de venda tem uma decoração típica de muito requinte e bom gosto. Como a prioridade é oferecer comida de qualidade, os preços cobrados pelos pratos não são populares.

A pesquisa tem como objetivo apresentar as estratégias utilizadas pelo Restaurante Cantin Mineiro localizado na cidade de Piracicaba. Este trabalho contém a análise das estratégias da área de marketing e o plano de ação focado em seus objetivos. Pretende-se, nomeadamente, um posicionamento adequado da empresa, através de estratégias de comunicação.

O trabalho está estruturado da seguinte forma: No primeiro capítulo é apresentado o referencial teórico. O capítulo dois é dedicado à análise da empresa e do ambiente externo. O terceiro capítulo apresenta uma pesquisa de opinião, aplicada ao público consumidor. Por fim, o quarto capítulo traz o plano de comunicação, com a apresentação de estratégias para o Restaurante Cantin Mineiro.

Algumas considerações finais são expostas, por fim, como uma maneira de refletir sobre os resultados deste trabalho. Além disso, estão dispostas as referências bibliográficas, de obras que foram citadas no corpo do trabalho ou simplesmente consultadas, para embasar este TCC.

“Você deve abraçar o verdadeiro valor da sua organização e desenvolver um sistema de referência que lhe permite trazer o melhor da sua própria fé a cada oportunidade.” – John Jantsch.

O desenvolvimento do Marketing e a introdução das tecnologias e redes sociais no ambiente profissional trouxeram transformações no Marketing beneficiando a sociedade, trazendo soluções para simplificar a vida, no intuito de agilizar e tornar mais dinâmico o trabalho.

Marketing: conceitos.

Segundo Kotler:

Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros (...). O marketing começa com necessidades e desejos humanos. As pessoas necessitam de alimentos, ar, água, vestuário e abrigo para sobreviver. Além disso, têm forte desejo por recreação, educação e outros serviços. Têm preferências marcantes por versões e marcas específicas de bens e serviços básicos. (KOTLER, 1991, p. 27).

Perreault e McCarthy definem marketing como:

...um conjunto de atividades desempenhado por organizações e também um processo social. Em outras palavras, marketing existe nos níveis micro e macro. Assim, usaremos duas definições de marketing. A primeira examina os consumidores e as organizações que os servem. A segunda adota uma visão ampla de nosso sistema completo de produção-distribuição. (PERREAULT; MCCARTHY, 1997, p. 22).

Nenhuma empresa pode sobreviver no mundo moderno sem que planeje o seu futuro. O planejamento de Marketing é a técnica que permite a uma empresa decidir sobre qual é o melhor uso de seus escassos recursos para atingir seus objetivos empresariais. O plano de Marketing é o passaporte para esse futuro. De acordo com Sant'ana (1998, p. 47), o marketing não engloba somente a produção nos seus elementos técnicos, mas a abrange também aspectos comerciais, isto é, está orientado para a produção de produtos vendáveis, desejados pelos consumidores, úteis e de custo acessível ao maior número deles.

1.1 Justificativa

Este estudo é importante para o acadêmico, pois através dele é possível perceber a aplicação e importância de referenciais teóricos no dia-a-dia, quanto a questões de empreendedorismo gastronômico. Isso ajuda o acadêmico a acreditar que o tempo que investe em seus estudos é importante e muito tem a contribuir para as organizações que ainda podem surgir no mercado. Ainda na importância prática, a sociedade tem a oportunidade de entrar em contato com o meio acadêmico, deparar-se com conceitos muitas vezes desconhecidos e também entender o motivo de tantos métodos que são utilizados, pois com a experiência adquirida no cotidiano, nota-se que a ciência está presente em muitos momentos. Essa é a maneira através da qual a academia pode contribuir à futuros empreendedores. Poder estar em contato com o meio externo é de extrema importância, visto que um dos objetivos do curso, de Administração, é formar bons profissionais para o mercado de trabalho. Quando é percebido pelo acadêmico que noções teóricas, aprendidas no meio escolar, têm aplicação prática, isso acaba tornando-se uma motivação para que o mesmo encare com seriedade sua caminhada acadêmica. Quanto à sua originalidade pode-se apontar o fato de o estudo abordar as questões referentes a um tipo de empreendimento ainda não explorado pelo ramo gastronômico na região de Piracicaba. Além disso, reforça a dificuldade do empreendedor que não tem preparo e acaba por inserir-se no mercado sem uma base de conhecimento do ambiente que o cerca. Também se pode destacar a viabilidade desse estudo, pois o acadêmico tem a possibilidade de realizar um bom trabalho, apresentando boas sugestões e averiguando pontos positivos e negativos quanto à implantação desse tipo de negócio. Por fim, pode-se ressaltar que, atualmente, o empreendedor que não se auxilia de dados e experimentos que precedem o seu negócio, tem grandes chances de falha no sucesso e aplicação de um empreendimento.

1.2 Objetivo

Desenvolver uma pesquisa teórica e conceitual que embase a proposta projetual de intervenção gastronômica em uma edificação na área central da cidade de Piracicaba/SP, para implantação de um restaurante temático de Minas Gerais e suas culinárias.

O objetivo do restaurante Cantin Mineiro é de oferecer aos nossos clientes uma alimentação diferenciada do habitual local e de boa qualidade a preços acessíveis de forma rápida e eficiente, num ambiente limpo e agradável, onde o cliente seja acima de tudo respeitado e bem atendido.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Conceitos de Empreendedorismo

Empreendedorismo é a disposição para identificar problemas e oportunidades e investir recursos e competências na criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças e gerar um impacto positivo.

Empreendedoras e empreendedores questionam a realidade e fazem acontecer a revolução todos os dias. Em todas as partes do Brasil e do mundo.

Ao inovar e solucionar problemas de outras pessoas, de outras empresas ou de toda a sociedade, o empreendedorismo promove um grande desenvolvimento.

O exemplo de empreendedoras e empreendedores é fonte de inspiração para fazer mais e melhor. Quanto maior o sonho, maior a disposição para enfrentar obstáculos dentro do empreendedorismo. Dessa forma, o empreendedorismo pode estar latente ou manifestado de diferentes formas.

Há uma grande confusão ao se tratar do assunto. Muitas pessoas acreditam que empreender é abrir uma empresa, o que não é verdade. Na realidade, empreender está mais ligado a uma postura, como a de encarar os problemas como oportunidades, por exemplo.

É por isso que hoje se fala em tantos tipos de empreendedores, como o corporativo e o social. Contudo, o foco maior ainda está no empreendedor que abre o seu próprio negócio, isto é, no empresário. E o motivo é simples: esse tipo de empreendedor movimenta a economia.

<https://recolocaridoce.com.br/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a-pratica/#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20disposi%C3%A7%C3%A3o%20para,vai%20um%20pouco%20mais%20al%C3%A9m.>

<https://blog.solides.com.br/empreendedorismo-no-brasil/>

2.2. O Plano de Negócios

Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>

2.3. O Setor de Alimentação

A indústria alimentar ou indústria alimentícia é o conjunto de atividades industriais em que se preparam, normalmente em quantidades que devem ser comercializadas, alimentos ou ingredientes para a preparação de alimentos.

<https://www.abia.org.br/numeros-setor>

2.4. Modelo de Negócios

Abaixo segue o canvas do modelo de negócio:

Parceiros	Atividades-Chave	Proposta De Valor	Canais De Relacionamento Com Cliente	Segmentação De Mercado(Clientes)
Supermercado Assai Supermercado Delta Padaria 2 irmãos Boi Forte	Pesquisar para a montagem de trabalho	Uma comida inesquecível	Espaço Físico	Renda acima de R\$ 2000
	Comprar	Preço acessível	Instagram	Pessoas que gostam de comidas típicas
	Preparar os Alimentos		Facebook	
	Divulgar o Restaurante	Um ambiente aconchegante e confortável	Whatsapp	Pessoas com habito de fazer refeições fora
	Entregar os Produtos		Twitter, youtube e outros	
Recursos Chave		Canais De Distribuição		
Lugar Computador Impressora Internet Cozinheiro Garçons Cadeiras Mesas Fogão Geladeira Freezer Fogão a lenha Microondas		Uma ótima experiência	delivery	Pessoas que gostam de sair da rotina
			iFood	
			Pegue e leve	
			Restaurante	
Custos		Fontes De Receita		
Aluguel		Eventos		
Energia		Venda de Comida		
Funcionários		Venda de Sobremesas		
Gás				
Contas de Água				
Compras de Estoque				

2.5. Plano de Negócios Cantinho Mineiro

- Sumário Executivo

- **Objetivo:** Trazer a culinária mineira para outros estados.
- **Público-alvo:** Clientes que não regionais de Minas Gerais.
- **Problemas:** Atrasos de funcionários, clientes que não se adequam a culinária diferente do costume, roubo.

- Descrição da Empresa

Nossa empresa é mineira nativa e tem como intenções compartilhar a nossa tão típica cultura para outros estados do Brasil

[Como abrir um restaurante: tudo o que você precisa saber - AM3 Soluções \(am3solucoes.com.br\)](http://am3solucoes.com.br)

[Agenda - Abrasel](#)

3 CONCLUSÃO

Confrontação dos resultados obtidos com os objetivos estabelecidos.
Sinalização de possível continuidade da pesquisa.

O autor poderá manifestar seu ponto de vista sobre os resultados obtidos, bem como sobre o seu alcance, sugerindo novas abordagens a serem consideradas em trabalhos semelhantes. Na conclusão, o autor deve apresentar os resultados mais importantes e sua contribuição ao tema, aos objetivos e à hipótese apresentada

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[Quais Equipamentos é Preciso Para Abrir um Restaurante? | \(grandchef.com.br\)](http://grandchef.com.br)

[Como abrir um restaurante: tudo o que você precisa saber - AM3 Soluções \(am3solucoes.com.br\)](http://am3solucoes.com.br)

[Agenda - Abrasel](#)