
ETEC PROFª NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

PLANO DE NEGÓCIOS - CANTO DO ESPETO

BRUNO GABRIEL L. DO NASCIMENTO
DANIEL RIBEIRO DE LIMA SILVA
KAIQUE SANTOS RIBEIRO
RUAN CARDOSO DOS SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Canto do espeto sob orientação da professora: Maria Elicristina Siqueira.

**BRUNO GABRIEL L. DO NASCIMENTO
DANIEL RIBEIRO DE LIMA SILVA
KAIQUE SANTOS RIBEIRO
RUAN CARDOSO DOS SANTOS**

PLANO DE NEGÓCIOS - CANTO DO ESPETO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Canto do Espeto sob orientação da Professora Maria Elicristina Siqueira.

Teodoro Sampaio, 04 de dezembro de 2024.

ETEC PROFª NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

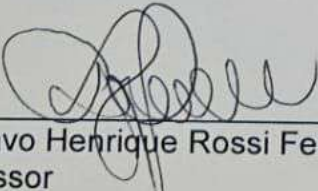
KAIQUE SANTOS RIBEIRO
RUAN CARDOSO DOS SANTOS
BRUNO GABRIEL L. DO NASCIMENTO
DANIEL RIBEIRO DE LIMA SILVA
PEDRO H. BEZERRA NOLASSO

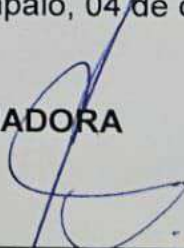
PLANO DE NEGÓCIOS – CANTO DO ESPETO

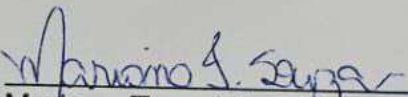
Trabalho e Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Cano do Espeto sob orientação da Professora Maria Elicristina Siqueira.

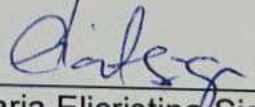
Teodoro Sampaio, 04 de dezembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA


Gustavo Henrique Rossi Ferreira
Professor


Hugo Regis Soares
Professor


Mariana Terezinha de Souza
Professora


Maria Elicristina Siqueira
Professora Orientadora

Aprovado

Reprovado

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho a todos que acreditam no poder da cultura e na unificação que a comida traz. Que o Canto do Espeto inspire momentos de alegria e sabor, celebrando a convivência e a tradição, dedicamos a todos os professores que estiveram com a gente nessa trajetória. Agradecemos principalmente a professora Elicristina Siqueira que sempre nos apoiou e ajudou até aqui sempre nos mantendo firme e fazendo com que a gente não desistisse obrigada professora por todo o apoio.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, à orientadora, professora Elicristina, pelo suporte e orientação ao longo deste projeto. Agradecemos também aos meus familiares e amigos, que me incentivaram e apoiaram em cada etapa deste trabalho. A todos os participantes e colaboradores que compartilharam suas histórias e experiências, meu sincero agradecimento. Por fim, somos gratos a todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste projeto. Este trabalho é fruto de um esforço coletivo.

EPÍGRAFE

“Não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo.” (Peter Drucker)

RESUMO

O presente projeto tem como objetivo analisar a viabilidade da implantação da empresa Canto do Espeto na cidade de Teodoro Sampaio, SP, focando nas oportunidades de mercado e no diferencial competitivo. A proposta é inovadora, unindo a venda de espetos com uma variedade de bebidas e comidas, o que tem o potencial de atrair um público diversificado e agregar valor ao mercado local. Através da análise das necessidades do consumidor, como sugere Kotler (1998), a empresa visa oferecer produtos que atendam a essas demandas, proporcionando praticidade e qualidade no setor alimentício. Além disso, o cenário econômico também contribui para a viabilidade do negócio, visto o aumento no Índice de Confiança de Serviços (ICS) medido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE) em janeiro de 2024, que aponta para uma melhora nas perspectivas para o setor de bares e restaurantes. A cidade de Teodoro Sampaio, por sua vez, apresenta um mercado ainda carente de opções no ramo de espetarias, o que representa uma oportunidade de inovação e destaque. Dessa forma, o trabalho investiga a viabilidade da abertura de uma espetaria na cidade e conclui que, com um planejamento estratégico sólido e um diferencial competitivo, o negócio tem grande potencial para se destacar no mercado local, aumentar suas chances de sucesso e impulsionar a economia regional.

Palavras- chave: Alimentação fora do lar; Plano de negócios.

ABSTRACT

This project aims to analyze the feasibility of implementing the company Canto do Espeto in the city of Teodoro Sampaio, SP, focusing on market opportunities and competitive advantages. The proposal is innovative, combining the sale of skewers with a variety of drinks and food, which has the potential to attract a diverse audience and add value to the local market. By analyzing consumer needs, as suggested by Kotler (1998), the company aims to offer products that meet these demands, providing practicality and quality in the food sector. Furthermore, the economic scenario also contributes to the viability of the business, given the increase in the Services Confidence Index (ICS) measured by Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE) in January 2024, which points to an improvement in the prospects for the sector of bars and restaurants. The city of Teodoro Sampaio, in turn, presents a market that still lacks options in the skewers sector, which represents an opportunity for innovation and prominence. Therefore, the work investigates the feasibility of opening a skewer shop in the city and concludes that, with solid strategic planning and a competitive edge, the business has great potential to stand out in the local market, increase its chances of success and boost the economy. regional.

Keywords: Food away from home; Business plan.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|-----------------------------|----|
| Figura 1: Análise SWOT..... | 36 |
| Figura 2: Fluxograma | 40 |
| Figura 3: Organograma | 40 |
| Figura 4: Logomarca | 41 |
| Figura 5: Cardápio..... | 42 |
| Figura 9: Layout | 49 |

LISTA DE TABELAS E QUADROS

| | |
|--|----|
| Tabela 1: Plano de Operações | 48 |
| Tabela 2: Custos dos produtos vendidos | 50 |
| Tabela 3: Volume de vendas..... | 51 |
| Tabela 4: Custos e despesas variáveis..... | 52 |
| Tabela 5: Investimento total | 52 |
| Tabela 6: Capital social | 53 |
| Tabela 7: Pró-labore..... | 53 |
| Tabela 8: Payback..... | 53 |
| Tabela 9: DRE..... | 54 |

SUMÁRIO

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 14 |
| 1.1 | <i>Objetivo Geral</i> | 15 |
| 1.2 | <i>Objetivos Específicos</i> | 15 |
| 2 | DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO | 16 |
| 2.1 | <i>Dados da empresa</i> | 17 |
| 3 | DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO | 18 |
| 4 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICO | 19 |
| 5 | PLANO DE NEGÓCIO | 20 |
| 6 | MISSÃO, VISÃO E VALORES | 21 |
| 6.1 | <i>Missão</i> | 21 |
| 6.2 | <i>Visão</i> | 22 |
| 6.3 | <i>Valores</i> | 22 |
| 6.4 | <i>Dados dos Dirigente</i> | 22 |
| 7 | CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO | 24 |
| 8 | RECURSOS HUMANOS | 26 |
| 8.1 | <i>Plano motivacional</i> | 27 |
| 8.2 | <i>Estilo de liderança</i> | 29 |
| 9 | ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA | 30 |
| 10 | ANÁLISE DOS FORNECEDORES | 32 |
| 11 | ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS | 33 |
| 11.1 | <i>Economia</i> | 34 |
| 11.2 | <i>Aspecto sócio-culturais</i> | 34 |
| 12 | PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL | 35 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 12.1 | <i>Análise Swot</i> | 35 |
| 13 | PLANO ORGANIZACIONAL | 37 |
| 13.1 | <i>Estratégia competitiva</i> | 37 |
| 13.2 | <i>Inovação</i> | 37 |
| 14 | COMPETÊNCIAS ORGANIZACIONAIS CRÍTICAS A ADQUIRIR 39 | |
| 14.1 | <i>Fluxograma</i> | 39 |
| 14.2 | <i>Organograma</i> | 40 |
| 15 | ESTRATÉGIAS DE MARKETING | 41 |
| 15.1 | <i>Logomarca</i> | 41 |
| 15.2 | <i>Produto:</i> | 42 |
| 15.3 | <i>Preço:</i> | 43 |
| 15.4 | <i>Distribuição:</i> | 44 |
| 15.5 | <i>Promoção:</i> | 44 |
| 15.6 | <i>Publicidade:</i> | 45 |
| 15.7 | <i>Cardápio:</i> | 46 |
| 16 | PLANO DE OPERAÇÕES | 48 |
| 16.1 | <i>Layout – planta física</i> | 49 |
| 17 | PLANO FINANCEIRO | 50 |
| 17.1 | <i>Custos dos produtos vendidos</i> | 50 |
| 17.2 | <i>Volume e valores de vendas</i> | 50 |
| 17.3 | <i>Custos e despesas variáveis</i> | 51 |
| 17.4 | <i>Investimento total</i> | 52 |
| 17.5 | <i>Capital social</i> | 53 |
| 17.6 | <i>Pró-labore</i> | 53 |
| 17.7 | <i>Payback</i> | 53 |
| 17.8 | <i>Demonstrativo do resultado do exercício – DRE</i> | 54 |
| 17.9 | <i>Considerações sobre o risco financeiro</i> | 54 |

| | | |
|-----------|----------------------------------|-----------|
| 18 | RESULTADOS | 56 |
| 19 | CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 57 |
| | REFERÊNCIAS..... | 58 |

1 INTRODUÇÃO

A viabilidade da empresa Canto do Espeto para a Cidade de Teodoro Sampaio pode ser analisada em diversas fases, desde a concepção inicial até sua evolução ao longo do tempo, o foco está na identificação de oportunidades de mercado e no diferencial competitivo. A empresa é totalmente viável para a cidade pois é algo inovador que combina a venda de espetos com modalidades variadas de bebidas e comidas, algo que pode atrair um público diversificado e gerar valor agregado.

Segundo Kotler (1998), é essencial oferecer produtos que satisfaçam necessidades e desejos do consumidor, e a empresa parece seguir essa linha ao unir praticidade e qualidade no segmento alimentício, o foco está na identificação de oportunidades de mercado e no diferencial competitivo. Serão vendidos espetos com modalidades variadas de bebidas e comidas, algo que pode atrair um público diversificado e gerar valor agregado.

De acordo com o Índice de Confiança de Serviços (ICS) do FGV IBRE (Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas), a confiança dos empresários de serviços teve um aumento significativo em janeiro de 2024.

O índice subiu 1,9 ponto, atingindo 95,7 pontos, o maior nível desde outubro de 2022. Isso indica uma melhora nas perspectivas para o setor de serviços como um todo, incluindo bares e restaurantes.

Assim, estabelece-se o seguinte problema de pesquisa: Como se apresenta a viabilidade para abertura de uma Espetaria na cidade de Teodoro Sampaio SP?

O cenário apresenta-se favorável, pois em Teodoro Sampaio, encontramos poucas variedades de empresas no setor de espetarias, a tendência seria inovar o ramo para obter grande destaque e um grande avanço na área, assim aumentando grandemente as chances de sucesso do nosso plano de negócios.

1.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade da abertura de uma empresa por meio da elaboração de um plano de negócio, no segmento alimentício, e compreender o funcionamento de uma espetaria moderna e ambientada na cidade de Teodoro Sampaio – SP.

1.2 Objetivos Específicos

- Definir características gerais do negócio, como público-alvo, mercado e linha de produtos;
- Descrever a estrutura organizacional e legal;
- Elaborar o plano de marketing, plano operacional e financeiro;
- Elaborar uma previsão orçamentária com vistas a análise de viabilidade econômica/financeira.

2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A nossa empresa cujo o nome chamado Canto do Espeto, é um projeto inovador que visa proporcionar uma experiência gastronômica diferenciada, com foco em espetinhos variados e um amplo cardápio de bebidas, o empreendimento vai oferecer uma seleção de espetos tradicionais, como carne, frango e linguiça, acompanhados por cervejas artesanais e coquetéis populares.

A ambientação será simples, mas acolhedora, com música ao vivo em alguns dias da semana para atrair um público jovem e descontraído variável por qualquer entidade ou religião. Com o passar do tempo, o cardápio será expandido para incluir opções vegetarianas, frutos do mar e sobremesas no espeto, além de uma maior variedade de bebidas, incluindo vinhos e drinks autorais. O plano de evolução também inclui a ampliação da área de atendimento, possibilitando o atendimento a eventos e festas privadas.

A médio e longo prazo, o Canto do Espeto pretende se tornar referência na cidade do nosso município de Teodoro Sampaio-sp, reconhecido pela qualidade dos produtos, atendimento diferenciado e ambiente agradável. E não acaba por aí, a nossa empresa vai se evoluindo a cada vez mais superando suas expectativas criando habilidades e desenvolvendo um grande público alvo que será avaliado no decorrer do percurso, por isso temos esse nome tão forte chamado Canto do Espeto.

2.1 Dados da empresa

O empreendimento a ser implementado é uma espeteria que promete suprir a necessidade de todos os nossos clientes fornecendo espetos e atendimento de qualidade, visando sempre o melhor para os nossos clientes e a boa satisfação dos mesmos.

- Canto do Espeto;
- Endereço: Rua Maria Aparecida Aguiar Aguillar ;
- E-mail: cantodoespetots@gmail.com;
- Facebook: Canto Do Espeto;
- Instagram: cantodoespetots_;
- Telefone: (18) 3282-9908;
- WhatsApp (18) 99898-8989.

3 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

O Canto do Espeto é um projeto gastronômico que proporciona uma experiência única para os amantes do churrasco. O Canto do Espeto, com sua especialidade em espetinhos cuidadosamente preparados com os melhores cortes de carne e ingredientes frescos, se destaca por seu ambiente acolhedor e descontraído.

Além disso, o estabelecimento oferece um cenário perfeito para encontros de amigos e familiares, onde os clientes podem desfrutar de deliciosas opções de petiscos e bebidas enquanto saboreiam o irresistível aroma e sabor dos grelhados a essa hora do dia amigos e familiares, onde os clientes podem desfrutar de deliciosas opções de petiscos e bebidas enquanto saboreiam o irresistível aroma e sabor dos grelhados a essa hora do dia. Para quem procura uma combinação de qualidade, conveniência e boa companhia em suas refeições, o Canto do Espeto é o ponto ideal.

O Canto do Espeto envolve a criação de um espaço gastronômico especializado em espetos e variadas opções de bebidas, com foco na qualidade e experiência do cliente, será realizada uma pesquisa de mercado para identificar preferências locais e tendências de consumo.

O plano inclui a escolha estratégica do local, definição do público-alvo, e desenvolvimento de um cardápio diversificado, focado em espetos de diferentes carnes, acompanhamentos e uma seleção de bebidas, incluindo cervejas artesanais, drinks e sucos. No processo, a estrutura física será montada, com foco na ambientação do espaço e treinamento da equipe.

A implementação de estratégias de marketing digital, como campanhas nas redes sociais, também será iniciada para atrair o público, o projeto buscará constante inovação no cardápio, melhorias no atendimento e ampliação das modalidades de consumo, como delivery e eventos.

Análises regulares de feedback dos clientes serão usadas para aprimorar a experiência. O foco é garantir o crescimento sustentável e a fidelização do cliente.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICO

A metodologia desta pesquisa combina pesquisa bibliográfica, pesquisa qualitativa, quantitativa e de campo. A pesquisa bibliográfica foi realizada com base em fontes especializadas, como livros e artigos acadêmicos, que forneceram o embasamento teórico necessário para a análise do mercado, do comportamento do consumidor e das práticas recomendadas para o setor de alimentação.

A pesquisa qualitativa, por sua vez, foi utilizada para compreender as percepções, necessidades e expectativas dos consumidores em relação ao tipo de produto que seria oferecido pela empresa, através de entrevistas e grupos focais. Já a pesquisa quantitativa foi aplicada para obter dados numéricos sobre o mercado, a demanda e a aceitação do público, utilizando questionários estruturados que possibilitaram a análise estatística e o levantamento de tendências.

Além disso, a pesquisa de campo foi conduzida por meio de um formulário online (Google Forms) enviado à um público específico, com o objetivo de coletar dados diretamente com os moradores da cidade de Teodoro Sampaio-SP. Esse procedimento permitiu uma análise mais precisa das necessidades locais e a validação das hipóteses iniciais sobre o potencial do negócio.

Assim, a combinação dessas abordagens metodológicas permitiu uma análise abrangente e detalhada da viabilidade do empreendimento, garantindo a fundamentação teórica e a coleta de dados práticos que embasam a proposta de abertura da espetaria na cidade.

5 PLANO DE NEGÓCIO

Um plano de negócios é um documento abrangente que explica todas as facetas de um negócio, ele funciona como um guia estratégico para a expansão, operação e desenvolvimento de uma empresa. Um plano de negócios normalmente inclui várias seções que tratam de vários aspectos do negócio, ou seja, um documento para descrever um empreendimento.

Para Dornelas o plano de negócios pode ser definido como:

Um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e ainda permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios. (2015, p. 95)

O plano de negócios é uma ferramenta essencial para ajudar a guiar o crescimento e o sucesso da empresa Canto do Espeto, fornecendo um roteiro claro e estratégico para alcançar os objetivos da empresa.

6 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Para Peter Drucker (1973) a missão, é considerada uma base importante para todas as atividades da empresa. Ele argumenta que uma missão bem definida ajuda a organização a entender sua função e a responder às necessidades dos clientes de maneira eficaz.

Michael Porter (1985), foca na importância de uma missão clara para criar uma vantagem competitiva. Porter sugere que uma missão bem articulada ajuda a definir a estratégia da empresa e a identificar as áreas em que ela pode se destacar frente à concorrência.

Para o Mintzberg (1994) aborda como a visão deve ser integrada ao planejamento estratégico, enfatizando que uma visão bem formulada deve se adaptar às mudanças e guiar o desenvolvimento da estratégia organizacional.

Hamel e Prahalad (1994) discutem a importância de uma visão orientada para o futuro como um componente crucial para a criação de uma vantagem competitiva sustentável. Eles argumentam que uma visão inovadora pode posicionar a empresa à frente de seus concorrentes.

Segundo os autores, Hamel e Prahalad (1994) afirmam que os valores organizacionais devem estar alinhados com a estratégia de longo prazo da empresa. Eles argumentam que valores como inovação e adaptabilidade são fundamentais para criar uma vantagem competitiva sustentável

Peters e Waterman (1989) discutem como valores fortes e bem definidos são essenciais para o sucesso das empresas. Eles destacam que valores como foco no cliente e busca pela excelência são cruciais para a eficácia organizacional..

6.1 Missão

A missão da empresa "Canto do Espeto" é oferecer uma experiência gastronômica única e memorável, destacando-se pela qualidade e sabor inigualáveis de seus espetos e acompanhamentos.

Nosso compromisso é com a excelência no atendimento ao cliente, garantindo que cada refeição seja preparada com ingredientes frescos e cuidadosamente selecionados. Buscamos criar um ambiente acolhedor e agradável para nossos clientes, promovendo momentos de prazer e satisfação através de uma culinária que une tradição e inovação.

6.2 Visão

A visão do canto do espeto é ser a referência local em experiências gastronômicas excepcionais, transformando a tradição dos espetos em uma arte culinária única.

Buscamos ser reconhecidos na nossa cidade e região por nossa dedicação à qualidade, inovação e atendimento personalizado, criando momentos memoráveis para nossa comunidade e promovendo o sabor e a cultura local.

6.3 Valores

O canto do espeto busca constantemente novas formas de aprimorar nossos espetos e oferecer experiências gastronômicas únicas. Valorizamos a criatividade e a experimentação para estar sempre à frente no mercado.

6.4 Dados dos Dirigente

Bruno Gabriel Leite Do Nascimento

Solteiro, Brasileiro.

Formação: E.E Arthur Ribeiro/ Etec Profª Nair Luccas Ribeiro

Qualificações: Vender Mais pelo Sebrae SP

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: CEO

Daniel Ribeiro De Lima Silva

Solteiro, Brasileiro.

Formação: E.E Arthur Ribeiro / Etec Profª Nair Luccas ribeiro

Qualificações: Cursou “Administração financeira” pelo Senac – SP;

Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Supervisor

Kaique Dos Santos da Silva

Solteiro, Brasileiro.

Formação: E.E Arthur Ribeiro / Etec Profª Nair Luccas ribeiro

Qualificações: Cursou “Administração financeira” pelo Senac – SP;

Técnico em Administração pela: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Gerente Organizacional

Ruan Cardoso Dos Santos

Solteiro, Brasileiro.

Formação: E.E Arthur Ribeiro / Etec profª Nair Luccas ribeiro

Qualificações: Cursou “Administração financeira” pelo Senac – SP;

Cursou: Serviços-Jurídicos

Técnico em Administração pela: Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Atribuições: Gerente Financeiro e administrativo

7 CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO

Os dados do PIB trimestral, divulgados pelo IBGE, mostraram que o consumo das famílias (1,5%) superou o crescimento geral de 0,8%. Com isso, a estimativa é de que os bares e restaurantes tenham alcançado um faturamento de R\$ 107 bilhões no primeiro trimestre, de acordo com a Abrasel.

Até o fim de 2024, a projeção é de que o setor fature cerca de R\$ 428 bilhões, um crescimento 3,3% em relação ao ano passado com isso o setor de bares e restaurantes faturaram mais de 100\$ bilhões no primeiro trimestre. Segundo Abrasel (Associação Brasileira de bares e restaurantes)

O mercado de alimentação fora do lar tem apresentado crescimento constante nos últimos anos, impulsionado por mudanças no estilo de vida dos consumidores e pela crescente demanda por praticidade e novas experiências gastronômicas. Dentro desse contexto, as espetarias têm se consolidado como uma alternativa inovadora e promissora no segmento de alimentação, atraindo uma gama diversificada de consumidores em busca de opções saborosas e acessíveis.

De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), o setor de alimentação fora do lar no Brasil é um dos que mais cresce, representando uma fatia significativa do mercado nacional. Esse crescimento é impulsionado pelo aumento do poder de consumo da classe média, pela popularização de formatos mais informais de alimentação, como as food trucks e os estabelecimentos especializados em espetos, e pela busca por opções de alimentos rápidos, mas de qualidade. As espetarias, com seu foco em produtos simples, porém saborosos e customizáveis, atendem a essa demanda, oferecendo uma alternativa mais casual e descontraída para os consumidores.

O conceito de espetaria tem ganhado popularidade devido à sua versatilidade e capacidade de atender a diferentes preferências alimentares. Segundo Kotler (1998), é fundamental para um negócio entender as necessidades e desejos do consumidor, oferecendo produtos que satisfaçam esses critérios. As espetarias têm se destacado por oferecer opções variadas, que vão desde espetos tradicionais de

carne até opções vegetarianas, veganas e até mesmo doces, conseguindo atender a um público diverso e com diferentes exigências alimentares.

Além disso, o mercado de espetarias no Brasil tem se beneficiado da crescente valorização da culinária regional e dos ingredientes locais. De acordo com Schmitt (1999), as experiências gastronômicas autênticas, que trazem sabores locais e ingredientes frescos, têm ganhado mais destaque entre os consumidores, que buscam vivenciar novas culturas por meio da comida. Nesse sentido, as espetarias têm a oportunidade de se destacar, oferecendo pratos que resgatem o sabor típico da culinária regional, combinados com a praticidade e o apelo de um modelo de negócio informal e acessível.

O aumento das plataformas de delivery também tem impactado positivamente o setor de alimentação fora do lar, ampliando a visibilidade e o alcance das espetarias. Segundo Pine e Gilmore (1999), a evolução das tecnologias de comunicação e a crescente utilização das redes sociais e aplicativos de entrega têm transformado a experiência do consumidor, criando novas formas de interação com os estabelecimentos de alimentação. Com isso, as espetarias podem atingir um público ainda maior, alcançando consumidores que preferem fazer pedidos online e consumir em casa ou no trabalho.

Contudo, para que as espetarias sejam bem-sucedidas, é essencial que os empresários do setor invistam em um diferencial competitivo, que vá além da simples venda de espetos. A experiência do consumidor, a qualidade dos produtos e a eficiência no atendimento são fatores cruciais para garantir a fidelização do público. Como destacado por Porter (2008), a diferenciação é uma das estratégias mais eficazes para alcançar o sucesso em um mercado competitivo.

Em conclusão, o mercado de espetarias dentro do segmento de alimentação fora do lar tem grande potencial de crescimento, especialmente com a crescente busca dos consumidores por opções rápidas, saborosas e de qualidade.

8 RECURSOS HUMANOS

O Departamento de Recursos Humanos (RH) de uma espetaria desempenha um papel fundamental no sucesso operacional e no bom funcionamento do estabelecimento. Mesmo em uma estrutura enxuta, a gestão de pessoas precisa ser eficaz para garantir a satisfação dos clientes e a continuidade do negócio.

O RH da espetaria será responsável por várias funções, incluindo recrutamento, treinamento, gestão de benefícios, controle de escalas de trabalho e desenvolvimento de uma cultura organizacional positiva.

Recrutamento e Seleção: O RH será responsável por contratar funcionários para as funções essenciais da espetaria, como atendentes, cozinheiros e auxiliares de cozinha. O processo de recrutamento será focado em encontrar profissionais com habilidades e valores alinhados ao perfil do negócio, priorizando candidatos com experiência no setor alimentício ou que demonstrem vontade de aprender e crescer dentro da empresa.

Treinamento e Capacitação: O treinamento contínuo será uma prioridade para garantir que os funcionários compreendam os padrões de qualidade e atendimento da espetaria. Isso incluirá treinamentos sobre preparo de espetos, manuseio seguro de alimentos, atendimento ao cliente e boas práticas de higiene. Além disso, a capacitação de todos os colaboradores para lidar com o sistema de pedidos, seja presencial ou via delivery, será essencial.

Gestão de Escalas e Jornada de Trabalho: Como a espetaria de pequeno porte geralmente opera com uma equipe reduzida, o RH será responsável pela organização eficiente das escalas de trabalho. Garantir que os funcionários cumpram sua carga horária de forma equilibrada, com folgas adequadas e sem sobrecarga, será vital para manter a motivação e o bom desempenho.

Gestão de Benefícios: Em uma espetaria de pequeno porte, a oferta de benefícios será limitada, mas o RH buscará alternativas acessíveis, como vale-alimentação, participação nos lucros e outras formas de valorização que incentivem a retenção de bons colaboradores. A implementação de programas de reconhecimento

e recompensas pelo bom desempenho também contribuirá para a criação de um ambiente de trabalho positivo.

Cultura Organizacional: Apesar de sua pequena escala, a espetaria deverá cultivar uma cultura organizacional que promova o trabalho em equipe, o respeito e o bom atendimento ao cliente. O RH terá um papel crucial em promover essa cultura por meio de ações de integração e reconhecimento, garantindo que todos os funcionários compartilhem os mesmos valores e objetivos.

Avaliação de Desempenho: O RH implementará um sistema simples e direto de avaliação de desempenho para acompanhar o crescimento e a produtividade dos funcionários, dando feedbacks regulares e criando planos de desenvolvimento para os colaboradores.

. A chave do sucesso estará em criar uma gestão eficiente, mesmo com uma equipe pequena, garantindo que todos trabalhem em harmonia e com foco nos resultados do negócio.

8.1 Plano motivacional

O sucesso de um negócio, especialmente em uma espetaria de pequeno porte, depende não apenas da qualidade dos produtos e serviços, mas também da motivação e engajamento dos colaboradores.

O plano de negócios da empresa Canto do Espeto visa criar um ambiente de trabalho positivo e incentivar os funcionários a alcançarem seu melhor desempenho, alinhando suas metas pessoais com os objetivos da empresa.

Objetivos do Plano Motivacional da organização: Aumentar o engajamento e a satisfação dos colaboradores; Reduzir a rotatividade de funcionários, garantindo a estabilidade da equipe; Melhorar o desempenho individual e coletivo da equipe; Promover uma cultura organizacional positiva, que valorize o trabalho em equipe, a ética e a excelência no atendimento.

Serão implantadas as estratégias motivacionais, como:

Programa de Funcionário do Mês: Mensalmente, será escolhido um colaborador para receber o título de "Funcionário do Mês", com base em critérios como desempenho, atitude positiva e contribuição para o ambiente de trabalho. O funcionário premiado receberá uma recompensa, como um vale-presente, um almoço especial ou uma folga extra.

Reconhecimento Público: Durante as reuniões semanais ou mensais, será feita uma sessão de reconhecimento onde os colaboradores que se destacaram serão elogiados publicamente, criando um senso de valorização.

Treinamentos Regulares: Serão oferecidos treinamentos contínuos sobre o preparo de espetos, atendimento ao cliente, segurança alimentar e boas práticas de higiene. O objetivo é não só melhorar as habilidades técnicas, mas também preparar os funcionários para futuros cargos de liderança.

Plano de Crescimento Interno: Sempre que possível, será dada preferência para promoções internas. O plano de carreira ajudará a mostrar aos colaboradores que existe a possibilidade de crescimento dentro da empresa, aumentando sua motivação para atingir novos patamares.

Integração de Equipe: Serão realizadas ações que incentivem a convivência e o espírito de equipe, como pequenas confraternizações e eventos de integração. Por exemplo, um "happy hour" mensal ou almoço em conjunto após um mês de trabalho bem-sucedido.

Ambiente Agradável: O ambiente de trabalho será mantido limpo, organizado e acolhedor. A decoração e a disposição do espaço também devem contribuir para uma atmosfera relaxante e agradável, promovendo o bem-estar dos colaboradores.

Reuniões de Feedback: Serão realizadas reuniões mensais individuais para dar feedback aos colaboradores, reconhecendo o que foi bem feito e oferecendo sugestões de melhoria. Esse feedback será construtivo e focado no desenvolvimento de cada pessoa.

Avaliações de Desempenho: A cada três meses, será feita uma avaliação de desempenho de todos os colaboradores, com base em critérios claros e objetivos. Isso ajudará a alinhar as expectativas e reforçar o foco no aprimoramento contínuo.

Delegação de Responsabilidades: Para aumentar o senso de pertencimento, os colaboradores terão autonomia para sugerir melhorias nos processos e sugerir

O impacto do plano motivacional será medido com base em alguns indicadores-chave, como: **Satisfação do Funcionário:** Enquetes periódicas serão realizadas para medir a satisfação dos colaboradores em relação ao ambiente de trabalho, benefícios e oportunidades de crescimento.

Taxa de Retenção: A taxa de retenção de colaboradores será monitorada para verificar a eficácia do plano na redução da rotatividade.

Desempenho Operacional: O desempenho em termos de vendas, qualidade do atendimento e eficiência operacional também servirá como um reflexo do impacto da motivação da equipe.

8.2 Estilo de liderança

O estilo de liderança adotado pelo Canto do Espeto baseia-se no modelo participativo e colaborativo, onde cada membro da equipe possui uma função essencial no desenvolvimento contínuo do negócio. Bruno, como CEO, exercerá uma liderança transformacional, inspirando inovação e visão estratégica. Kaique, como gerente, deverá aplicar uma liderança situacional, adaptando-se às circunstâncias e necessidades da equipe. Ruan, subgerente, ficará no desenvolvimento de pessoas, enquanto Pedro, como coordenador, trabalhará na gestão de processos e na integração das operações. Daniel, como supervisor, será o elo direto com o time operacional.

A evolução será contínua, incentivando o aprendizado organizacional e promovendo uma cultura de melhoria contínua. Segundo Drucker, "a liderança é a elevação da visão das pessoas para altos padrões", destacando o papel de inspirar e alinhar equipes para o sucesso.

9 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA

Concorrência Direta: Refere-se a empresas que vendem produtos ou serviços semelhantes aos seus. Por exemplo, outros restaurantes de espetinhos são concorrentes diretos.

Concorrência Indireta: Inclui empresas que não oferecem o mesmo produto, mas que competem pelo mesmo público. Por exemplo, uma pizzaria também pode ser uma concorrente indireta.

Kotler e Keller (2012) afirmam que "a concorrência direta é feita por empresas que atendem às mesmas necessidades dos consumidores".

Porter (1980) diz que a concorrência indireta mostra outras opções que os consumidores têm". Analisamos os concorrentes diretos da nossa cidade e chegamos à conclusão que temos ganhado o poder de competitividade com alguns deles.

O Armazém espetaria é uma Petiscaria que surgiu há pouco tempo em nossa região, porém, já conquistaram muitos clientes fiéis no mercado. A sua estrutura está bem localizada no local, onde se concentra o fluxo de comércio da cidade. O seu produto é de uma qualidade regular e conta com um preço acessível para classe B e C. Observa-se que há muitos clientes e poucos atendentes, assim deixam muito a desejar, entretanto, essa empresa possui variedades em produtos, eles dispõem de espetos, porções e bebidas variáveis.

Analisamos que o concorrente Armazém, mesmo com suas falhas de atendimento, está na frente da nossa empresa, pois, conta com música ao vivo o que é um bom entretenimento, além do fato de a população já estar acostumada com o local. Eles já conquistaram muitos clientes, mas mesmo com isso a nossa empresa irá focar no atendimento e boa qualidade para ultrapassar essas marcas e nos tornamos superior.

O empreendimento Restaurante do Celu é uma empresa que está competindo indiretamente com nosso negócio, é uma empresa que já está no

mercado há muito tempo, contudo, não consegue conquistar muitos clientes devido ao seu alto preço.

A sua estrutura não é muito bem localizada, pois é um pouco distante do fluxo de comércio. O seu produto é de boa qualidade e conta com um preço direcionado ao público de classe alta. O seu atendimento é de boa qualidade e conta com vários atendentes, porém a empresa não possui variedades em pratos e bebidas.

A empresa Canto do Espeto tem potencial para ser superior a esses empreendimentos, com variedade em produtos, qualidade, ambiente diversificado e um preço acessível ao público da classe B da cidade de Teodoro Sampaio.

10 ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Ao se tratar de fornecedores, a empresa Canto do Espeto contará com um sistema de cadastro de fornecedores, com o objetivo de obter informações sobre as empresas instaladas no Brasil, qualificadas para o fornecimento de bens, materiais, produtos e serviços para a nossa empresa.

Iremos manter esses cadastros sempre atualizados para termos informações a tempo e a hora. Nesses cadastros terá os dados e critérios como: confiabilidade, serviços pós-venda, habilidades técnicas e capacidade de produção.

Analisamos e concluímos que nosso fornecedor de bebidas e sucos ser AMBEV Para nos fornecer matéria prima para a produção de nossos pratos optamos por atacadistas da região como: Mercado Frangolândia.

Faz-se necessário observar a importância da colaboração e parceria entre empresas e seus fornecedores na busca pela eficiência e competitividade (Philip Kotler).

11 ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS

Deve considerar aspectos relacionados às normas sanitárias, de licenciamento, e de comercialização de alimentos e bebidas, a regularização do empreendimento junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e às vigilâncias sanitárias locais é essencial para garantir o cumprimento das normas de manipulação e venda de alimentos, além de providenciar o alvará de funcionamento na prefeitura e o registro junto à Receita Federal para formalização do CNPJ.

Philip Kotler, um dos grandes autores da administração, destaca que “a adaptação às leis e regulamentações é crucial para a sustentabilidade de um negócio” (Kotler, 2000). Neste sentido, é importante manter a conformidade com regulamentações relacionadas à venda de bebidas alcoólicas, o que exige a obtenção de licenças específicas e adesão às políticas de controle de venda para menores, conforme disposto no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Segundo Chiavenato (2004), a eficiência administrativa implica em monitorar continuamente as condições de conformidade legal para evitar interrupções operacionais.

A continuidade e evolução da empresa dependerá da constante revisão das legislações municipais, estaduais e federais que afetam o setor alimentício. Acompanhamento de mudanças nas legislações trabalhistas, de segurança alimentar, e tributação são fundamentais para manter a sustentabilidade do negócio. Drucker (1999) ressalta que "a gestão estratégica envolve a adaptação constante às condições de mercado e à evolução regulatória".

Portanto, a evolução do projeto implica em um planejamento contínuo de expansão, adaptabilidade e compliance com as exigências regulatórias do setor alimentício e de bebidas.

11.1 Economia

A implementação de uma economia sustentável é essencial e deverá seguir um ciclo de planejamento estratégico focado em eficiência operacional e inovação, a análise de custos fixa e variável é essencial para garantir que as margens de lucro sejam adequadas.

Segundo Drucker (2007), “o que não pode ser medido, não pode ser gerenciado”, o que destaca a importância do controle financeiro. No médio prazo, a empresa deve investir em tecnologia, como sistemas de gestão e automação de processos, o que reduzirá custos com mão de obra e evitará desperdícios.

A evolução passa pelo aumento da escala de produção com base em uma demanda crescente, assegurando qualidade no atendimento e diversificação dos produtos, de acordo com Chiavenato (2009), que reforça que a sustentabilidade empresarial está atrelada à inovação contínua.

11.2 Aspecto sócio-culturais

A cidade de Teodoro Sampaio adotou uma cultura simples assim já acomodada com a habituada. Pesquisas realizadas por nossa equipe mostraram justamente isso, por ser uma cidade estagnada, teríamos alguns problemas de aceitação, porém nada impediria que pessoas de idade mais avançada consumissem nossos produtos.

12 PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL

Um Plano de Gestão Ambiental, refere-se ao conjunto de ações que visa reduzir os impactos ambientais das atividades da empresa, promovendo a sustentabilidade. No Canto do Espeto, respeitaremos algumas diretrizes como: Uso Sustentável de Recursos: Priorizar ingredientes locais e orgânicos; Redução de Desperdício: Aproveitar sobras e incentivar o "leva pra casa"; Reciclagem e Compostagem: Separar recicláveis e compostar resíduos orgânicos; Eficiência Energética: Usar equipamentos que consomem menos energia; Educação Ambiental: Informar funcionários e clientes sobre práticas sustentáveis.

Para Maurício de Oliveira sustentabilidade é um caminho que deve ser percorrido por todos os setores da sociedade, buscando um equilíbrio entre as necessidades atuais e as futuras.

12.1 Análise Swot

A análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) é uma ferramenta de gestão estratégica essencial para identificar os principais fatores que influenciam o sucesso de um empreendimento, como aponta Chiavenato (2004).

Força: a empresa destaca-se pela proposta diferenciada de oferecer bebidas e comidas com foco em espetinhos. A versatilidade do cardápio é uma vantagem competitiva, atraindo diferentes públicos.

Além disso, o ambiente pode ser adaptado para ocasiões informais, como happy hours, e formais, como eventos empresariais, oferecendo um mix de produtos que agrega valor ao cliente. Kotler (2017) reforça que a personalização do serviço é um fator-chave para fidelização de clientes.

Fraquezas: por ser um projeto inicial, a empresa pode enfrentar limitações orçamentárias, o que pode dificultar a expansão rápida e melhoria do

espaço físico. Também há o risco de dependência excessiva de fornecedores locais, que pode impactar a qualidade ou disponibilidade dos produtos, como ressalta Las Casas (2016), ao discutir a vulnerabilidade de pequenas empresas frente à cadeia de suprimentos.

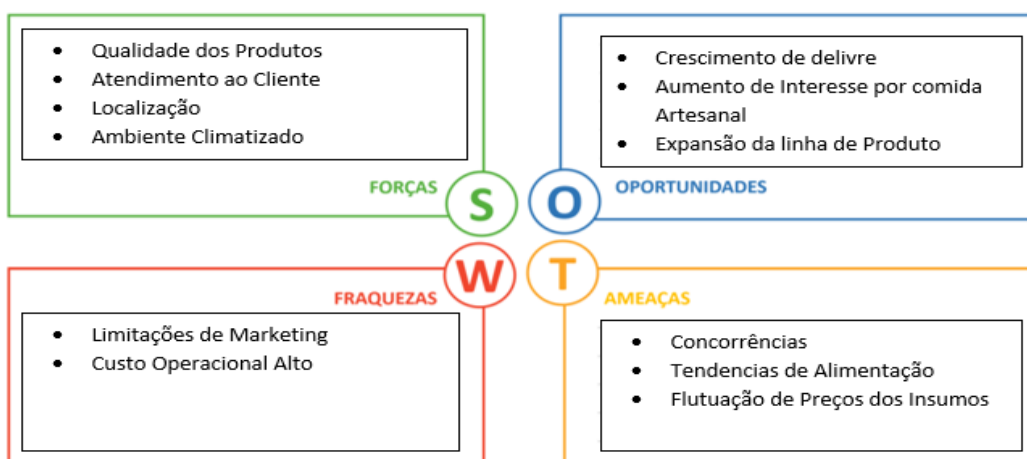
Oportunidades: O mercado de alimentação fora de casa está em constante crescimento no Brasil, especialmente em áreas urbanas pode aproveitar essa. A nossa empresa visa a tendência ao diversificar suas modalidades de bebidas e comidas e oferecer produtos regionais, o que agrega autenticidade ao cardápio. Segundo Drucker (2007), a inovação é um fator crucial para capturar novas oportunidades de mercado.

Ameaças: a concorrência é intensa no setor de alimentação, e a economia instável pode afetar o poder de compra dos consumidores, como argumenta Mintzberg (2009).

Além disso, a mudança de hábitos de consumo, como a busca por opções mais saudáveis, pode exigir adaptações no cardápio para se manter competitivo. evolução do "Canto do Espeto" dependerá da adaptação contínua às demandas do mercado e da gestão eficiente dos recursos.

Apresenta-se análise SWOT do Canto do Espeto:

Figura 1: Análise SWOT



Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

13 PLANO ORGANIZACIONAL

13.1 Estratégia competitiva

O Canto do Espeto optou por uma estratégia de diferenciação, focando na qualidade de seus produtos e na experiência do cliente. Essa abordagem permite que a empresa se destaque em um mercado altamente competitivo, oferecendo uma proposta de valor única que vai além do preço.

Com essas estratégias, o Canto do Espeto se posiciona não apenas como uma opção de alimentação, mas como uma experiência memorável que os clientes desejam repetir.

Como afirma Kotler (2012), “diferenciação é a chave para criar uma posição competitiva sólida no mercado”. As empresas que conseguem se destacar através de atributos únicos conseguem conquistar e manter a lealdade de seus clientes.”

13.2 Inovação

Para Schumpeter inovação seria a introdução comercial de um novo produto ou “uma nova combinação de algo já existente” criados a partir de uma invenção que por sua vez pertence ao campo da ciência e tecnologia (SCHUMPETER, 1934).

Para Peter Drucker, a inovação é o resultado de um trabalho em equipe e significa ser receptivo à cultura e tendências de mercado, aplicando conhecimento de maneira a pensar o futuro e gerar produtos e serviços realmente diferenciados.

É de extrema importância que devemos analisar a evolução da empresa, com isso é constante que a inovação venha com o tempo, será feito treinamentos

em equipes e palestra para um melhor desempenho dos funcionários, terá como cardápio novos como comidas e bebidas, também terá shows ao vivo entre outras modalidades que serão aplicadas durante o percurso da empresa para um melhor desenvolvimento contínuo

14 COMPETÊNCIAS ORGANIZACIONAIS CRÍTICAS A ADQUIRIR

Uma empresa como o Canto do Espeto, que busca crescimento contínuo e sustentável, precisa adquirir competências organizacionais críticas que facilitem sua evolução, a gestão estratégica. Para Porter, 1985 é essencial para definir um posicionamento competitivo claro, proporcionando diferenciação e foco no cliente.

Além disso, a inovação contínua (Schumpeter, 1942) ajuda a empresa a se adaptar ao mercado dinâmico e a explorar novas oportunidades de negócios. A forma de liderança eficaz Kotter, 1990 também é um pilar fundamental, motivando equipes e mantendo um ambiente produtivo e coeso, a eficiência operacional.

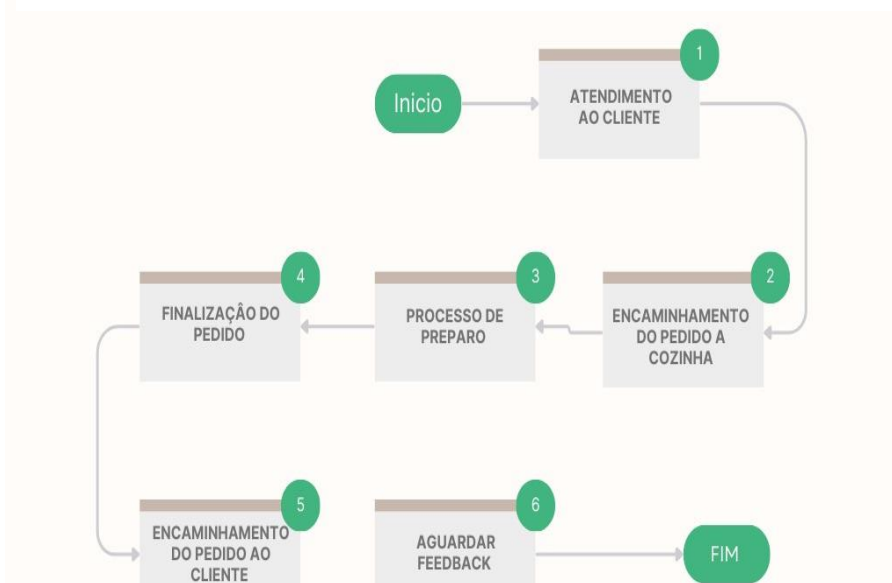
As competências devem ser continuamente aprimoradas, garantindo que a empresa ofereça produtos e serviços de qualidade com custo competitivo. De forma mais informal, o Canto do Espeto deve focar em uma liderança que inspire a sua equipe, que tenha inovação para sempre trazer novidades e uma boa estratégia de mercado para não ficar para trás.

14.1 Fluxograma

O fluxo de atividades de uma empresa segue um ciclo estruturado em três fases, como inicialização, operação e evolução contínua. Na fase de inicialização, há o planejamento estratégico, incluindo a definição de metas, análise de mercado e estruturação da equipe (Chiavenato, 2019).

A fase de operação envolve a execução de processos diários, como atendimento ao cliente, produção e vendas, guiada pelos princípios de eficiência e qualidade. A evolução contínua se dá através de monitoramento de resultados, feedbacks e ajustes estratégicos, permitindo a adaptação e inovação constantes (Kaplan & Norton, 1996).

Figura 2: Fluxograma



Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

14.2 Organograma

Figura 3: Organograma



Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

15 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

O mercado-alvo de uma espetaria é composto por adultos jovens e famílias que buscam uma experiência social e culinária agradável. Eles valorizam a qualidade da comida, o ambiente do restaurante e a facilidade de fazer refeições fora de casa.

A empresa canto do espeto visa atender um público que busca alternativas acessíveis e estão interessados em reuniões informais com amigos e familiares, a fim de se divertir e relaxar.

Localizado em Teodoro Sampaio, SP, o Canto do Espeto aproveita a proximidade com grandes centros urbanos e a falta de concorrência direta no setor de espetarias na cidade. A escolha da localização é estratégica, visando atrair tanto os moradores locais quanto os turistas que buscam uma experiência gastronômica diferenciada.

15.1 Logomarca

Figura 4: Logomarca



Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

15.2 Produto:

O Canto do Espeto oferece uma variedade de espetos com diferentes combinações de carnes, acompanhamentos e molhos, além de opções de bebidas e petiscos. Seu diferencial está na qualidade dos ingredientes e na experiência gastronômica personalizada, com um ambiente descontraído e acolhedor, focando na excelência do atendimento e no sabor único dos produtos.

O produto é o meio pelo qual as empresas entregam valor ao cliente. Ele deve atender ou superar as expectativas dos consumidores para ser bem-sucedido. (Kotler, P., & Keller, KL Administração de Marketing).

O canto do espeto oferecerá espetinhos de diversos tipos como: carne, frango, medalhão, kafta, panceta e bebidas: cervejas, sucos, refrigerantes e drinks.

Apresenta-se a seguir, os produtos do cardápio:

Figura 5: Cardápio



Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 6: Cardápio



| · CARDÁPIO · | |
|---|----------|
| BEBIDAS | |
| Cerveja lata | R\$4,50 |
| Cerveja 600ml | R\$9,50 |
| Heineken original | R\$12,00 |
| Refrigerante 2l | R\$8,00 |
| Suco de laranja | R\$7,50 |
| Vinagrete, farofa e mandioca temperada R\$7,00 | |

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

15.3 Preço:

O preço é estrategicamente acessível, visando alcançar um público diversificado, com opções que atendem tanto clientes de menor poder aquisitivo quanto aqueles que buscam uma experiência mais exclusiva. A empresa adota uma estratégia de preços competitivos, alinhando qualidade e custo-benefício para fidelizar seus clientes.

A estratégia competitiva depende em parte da capacidade de uma empresa de diferenciar seu produto ou serviço e exigir um preço mais elevado ou competir com um custo mais baixo." (Porter, 1988). O preço é uma variável que influencia a percepção de valor pelo consumidor, afetando diretamente a competitividade e a lucratividade, ou seja é um dos mais flexíveis, uma vez que pode ser alterado rapidamente." (Kotler e Keller, 2006).

Essas instruções destacam diferentes perspectivas sobre estratégias de preço e sua importância no mix de marketing.

15.4 Distribuição:

A distribuição no Canto do Espeto é uma parte essencial de sua estratégia de negócios, garantindo que seus produtos cheguem ao consumidor de forma rápida e eficiente. Além de atender no local, a espetaria conta com o serviço de delivery, ampliando seu alcance e atendendo à demanda de clientes que preferem consumir seus produtos no conforto de suas casas ou escritórios.

Uma boa estratégia de distribuição permite à empresa garantir que seus produtos estejam disponíveis onde e quando os clientes precisarem. (Crosby, 1979), neste sentido o delivery será uma ferramenta crucial para aumentar as vendas e fidelizar clientes, especialmente em um contexto em que a conveniência e a praticidade são altamente valorizadas. Através de plataformas online ou aplicativo próprio, os clientes podem realizar pedidos de espetos, bebidas e petiscos com facilidade, e recebê-los rapidamente em sua localização. Isso garante que o Canto do Espeto possa atingir um público maior, incluindo aqueles que não frequentam fisicamente o estabelecimento.

Essa estratégia de distribuição não só facilita o acesso aos produtos, mas também posiciona a espetaria como uma opção prática e moderna, acompanhando as tendências do mercado de alimentação fora do lar. O delivery, portanto, se torna uma extensão da experiência gastronômica, proporcionando conveniência sem comprometer a qualidade e o sabor dos pratos oferecidos.

15.5 Promoção:

A empresa utiliza diversas estratégias promocionais para atrair clientes, como campanhas de redes sociais, parcerias com influenciadores locais e promoções sazonais. Além disso, o Canto do Espeto oferece promoções especiais

e descontos para grupos e eventos, criando um ambiente propício para o aumento das vendas e a fidelização do público.

"A promoção engloba todas as atividades que comunicam o valor do produto e convencem os clientes a comprá-lo." (Kotler, P. Princípios de Marketing, 1989).

15.6 Publicidade:

Publicidade é qualquer forma de pagamento de apresentação pessoal e promoção de ideias, bens ou serviços por um patrocinador identificado." (Kotler e Keller, 2006) A função da publicidade não é vender, mas de convencer as pessoas a comprar.

A publicidade é uma ferramenta fundamental para o Canto do Espeto, ajudando a aumentar a visibilidade da marca, atrair novos clientes e fidelizar os já existentes. A empresa adota uma abordagem estratégica de comunicação, planejando campanhas publicitárias que se alinham com eventos importantes e com o comportamento cultural local. O cronograma promocional anual é cuidadosamente estruturado para aproveitar datas especiais e períodos de alta demanda, como feriados, festividades locais e eventos esportivos, especialmente os dias de jogos de futebol, que são uma forte tradição no Brasil.

Durante os jogos, a espetaria aproveita a paixão nacional pelo futebol para criar promoções temáticas, como descontos em combos de espetos e bebidas, promoções especiais para grupos e eventos ao vivo, além de ofertas para delivery. Essas ações não apenas geram um aumento significativo nas vendas, mas também engajam o público local, criando um ambiente festivo que reflete a cultura e o espírito de comunidade da cidade.

Essas campanhas são divulgadas por meio de canais online, como redes sociais e aplicativos de entrega, além de cartazes e promoções no ponto de venda. O objetivo é criar uma experiência de consumo que combine o prazer do futebol com o sabor e a qualidade dos produtos oferecidos pelo Canto do Espeto,

fortalecendo a marca e conquistando a preferência do público. Assim, a publicidade bem executada, alinhada com um cronograma promocional inteligente, desempenha papel vital no sucesso contínuo da espetaria.

15.7 Cardápio:

Figura 7: Cardápio



Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 8: Cardápio



Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

16 PLANO DE OPERAÇÕES

Tabela 1: Plano de Operações

| RECURSOS FÍSICOS | VALOR UNITARIO | UNIDADE: | TOTAL: |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------|---------------|
| mesas espetaria | R\$ 381,00 | 12 | R\$ 4.572,00 |
| Banquetas | R\$ 224,00 | 6 | R\$ 1.344,00 |
| espelho | R\$ 150,00 | 3 | R\$ 450,00 |
| Jogo de talheres | R\$ 116,50 | 5 | R\$ 582,50 |
| Jogo de copos 25 uni | R\$ 125,00 | 6 | R\$ 750,00 |
| Jogo de Pratos 50 uni | R\$ 805,00 | 2 | R\$ 1.610,00 |
| vaso sanitario | R\$ 250,00 | 3 | R\$ 750,00 |
| quadro decorativo 120x215 | R\$ 447,30 | 1 | R\$ 447,30 |
| MAQUÍNAS E EQUIPAMENTOS | | | |
| camara fria | R\$ 8.000,00 | 1 | R\$ 8.000,00 |
| liquidificador industrial 4l | R\$ 400,00 | 2 | R\$ 800,00 |
| chapa a gás | R\$ 1.187,00 | 2 | R\$ 2.374,00 |
| churrasqueira a gás | R\$ 800,00 | 2 | R\$ 1.600,00 |
| freezer | R\$ 2.952,00 | 2 | R\$ 5.904,00 |
| geladeira | R\$ 1.889,10 | 1 | R\$ 1.889,10 |
| ar-condicionado | R\$ 8.140,00 | 2 | R\$ 16.280,00 |
| refrigerador | R\$ 3.950,00 | 2 | R\$ 7.900,00 |
| depurador e exustor de ar | R\$ 2.754,00 | 2 | R\$ 5.508,00 |
| | | | R\$ 60.760,90 |

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

16.1 Layout – planta física

Figura 9: Layout

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17 PLANO FINANCEIRO

17.1 Custos dos produtos vendidos

Tabela 2: Custos dos produtos vendidos

| ESTOQUE MENSAL | PREÇO DE CUSTO | UNID.MENSAL | CUSTO MENSAL |
|----------------------|----------------|-------------|---------------------|
| CARNE | R\$ 2,30 | 100 | R\$ 230,00 |
| KAFTA | R\$ 1,80 | 100 | R\$ 180,00 |
| MEDALHÃO | R\$ 2,80 | 100 | R\$ 280,00 |
| CORAÇÃO | R\$ 2,90 | 100 | R\$ 290,00 |
| TULIPA | R\$ 3,00 | 100 | R\$ 300,00 |
| PANCETA | R\$ 3,10 | 100 | R\$ 310,00 |
| LINGUIÇA | R\$ 1,50 | 100 | R\$ 150,00 |
| COSTELA | R\$ 1,80 | 100 | R\$ 180,00 |
| PÃO DE ALHO | R\$ 2,40 | 100 | R\$ 240,00 |
| QUEIJO | R\$ 5,00 | 100 | R\$ 500,00 |
| CERVEJA LATA | R\$ 3,10 | 200 | R\$ 620,00 |
| CERVEJA 600ML | R\$ 5,37 | 200 | R\$ 1.074,00 |
| HEINEKEN OU ORIGINAL | R\$ 6,80 | 200 | R\$ 1.360,00 |
| REFRIGERANTE 2L | R\$ 4,80 | 200 | R\$ 960,00 |
| SUCO DE LARANJA 1 L | R\$ 5,00 | 200 | R\$ 1.000,00 |
| | | | R\$ 7.674,00 |

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17.2 Volume e valores de vendas

A empresa realizará as vendas de comidas e bebidas, que devem ser acompanhadas de perto. No começo, a ideia é testar o mercado e ver se o público gosta. Depois, ajustamos o que for necessário para melhorar o que está funcionando. Com o tempo, é importante ficar de olho no crescimento e continuar inovando, sempre de olho nas novidades e no que os clientes pedem, como ensinam especialistas da administração como Kotler, Deming e Drucker.

É crucial estabelecer metas claras e mensurar os primeiros resultados, conforme sugere Kotler (2017), para avaliar a aceitação do mercado. O processo, o

foco, deve estar na análise de desempenho e ajuste de estratégias, conforme o ciclo PDCA de Deming (1986), para garantir que as operações estejam otimizadas.

Tabela 3: Volume de vendas

| FATURAMENTO PREVISTO MENSAL (10% da população) = 2.300 atendimentos/mês | | | | |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| PRODUTO | PREÇO VENDA | QTD MENSAL | FAT.MENSAL | |
| CARNE | R\$ 6,00 | 500 | R\$ | 3.000,00 |
| KAFTA | R\$ 5,00 | 500 | R\$ | 2.500,00 |
| MEDALHÃO | R\$ 7,00 | 500 | R\$ | 3.500,00 |
| CORAÇÃO | R\$ 6,00 | 500 | R\$ | 3.000,00 |
| TULIPA | R\$ 7,00 | 500 | R\$ | 3.500,00 |
| PANCETA | R\$ 6,00 | 500 | R\$ | 3.000,00 |
| LINGUIÇA | R\$ 5,00 | 300 | R\$ | 1.500,00 |
| PÃO DE ALHO | R\$ 5,00 | 200 | R\$ | 1.000,00 |
| QUEIJO | R\$ 8,00 | 200 | R\$ | 1.600,00 |
| CERVEJA LATA | R\$ 4,50 | 200 | R\$ | 900,00 |
| CERVEJA 600ML | R\$ 9,50 | 450 | R\$ | 4.275,00 |
| HEINEKEN OU ORIGINAL | R\$ 12,00 | 450 | R\$ | 5.400,00 |
| REFRIGERANTE 2L | R\$ 8,00 | 300 | R\$ | 2.400,00 |
| SUCO DE LARANJA 1L | R\$ 7,50 | 200 | R\$ | 1.500,00 |
| TOTAL MENSAL | | | R\$ | 37.075,00 |

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17.3 Custos e despesas variáveis

A empresa especializada em alimentos grelhados, exemplifica a importância da gestão eficaz de custos e despesas variáveis em um cenário de alta competitividade. Segundo Chiavenato (2010), a compreensão dos custos é essencial para a sustentabilidade financeira de um negócio, será focado na qualidade dos ingredientes e na experiência do cliente, estabelecendo um diferencial competitivo.

Com o aumento da demanda, a gestão das despesas variáveis, como insumos e mão de obra, tornou-se crucial. Conforme afirmado por Kotler e Keller (2012), a eficiência operacional impacta diretamente a lucratividade. Também incluiu a implementação de tecnologia para monitorar e otimizar esses custos, ao

diversificar seu menu e adotar práticas sustentáveis, conseguiu não apenas reduzir despesas, mas também aumentar a satisfação do cliente, garantindo sua continuidade e crescimento no mercado.

O acompanhamento contínuo dessas variáveis é vital para manter a saúde financeira e a inovação no negócio.

Tabela 4: Custos e despesas variáveis

| | |
|-----------------------------|----------------------|
| CUSTOS FIXOS | . |
| agua | R\$ 250,00 |
| energia | R\$ 500,00 |
| internet | R\$ 200,00 |
| telefone | R\$ 60,00 |
| escritório de contabilidade | R\$ 300,00 |
| pró labore | R\$ 12.200,00 |
| folha de pagamento clt | R\$ 2.824,00 |
| combustivel | R\$ 700,00 |
| aluguel | R\$ 4.000,00 |
| | R\$ 21.034,00 |
| CUSTOS VARIAVES | . |
| 13 salarios | R\$ 2.608,00 |
| manutenção de equipamentos | R\$ 2.000,00 |
| impostos | R\$ 3.211,00 |
| | R\$ 7.819,00 |
| CUSTOS TOTAIS | R\$ 28.853,00 |

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17.4 Investimento total

Tabela 5: Investimento total

| | | |
|-----------------------------|------------|------------------|
| INVESTIMENTO INICIAL | R\$ | 90.334,80 |
|-----------------------------|------------|------------------|

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17.5 Capital social

Tabela 6: Capital social

| | | |
|-------------------------------|------------|------------------|
| INVESTIMENTO POR SÓCIO | R\$ | 18.066,96 |
|-------------------------------|------------|------------------|

17.6 Pró-labore

Tabela 7: Pró-labore

| PRO-LABORE | |
|-------------------|----------------------|
| CARGO | VALOR |
| CEO | R\$ 3.000,00 |
| GERENTE | R\$ 2.300,00 |
| SUBGERENTE | R\$ 2.300,00 |
| COORDENADOR | R\$ 2.300,00 |
| SUPERVISOR | R\$ 2.300,00 |
| | R\$ 12.200,00 |
| CLT | |
| ATENDENTE 1 | R\$ 1.412,00 |
| ATENDENTE 2 | R\$ 1.412,00 |
| TOTAL | R\$ 13.612,00 |

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17.7 Payback

O payback refere-se ao retorno do investimento, onde divididos o valor dos investimentos totais pelo fluxo de caixa.

Tabela 8: Payback

| | |
|----------------|------------------------------------|
| PAYBACK | 23 MESES (1 ANO E 11 MESES) |
|----------------|------------------------------------|

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17.8 Demonstrativo do resultado do exercício – DRE

Tabela 9: DRE

| DRE - 12 MESES | |
|--|-----------------------|
| Receita Operacional Bruta | |
| Vendas de Podutos | R\$ 444.900,00 |
| | |
| Dedução de Receita Bruta (-) | |
| Impostos | R\$ 3.211,00 |
| | |
| Receita Líquida (após deduções de Vendas) (-) | R\$ 441.689,00 |
| | |
| Custo direto de Vendas (-) | |
| Custos das Mercadorias e Produtos Vendidos (CMV) | R\$ 6.344,00 |
| | |
| Despesas Operacionais e administrativas (-) | R\$ 42.347,00 |
| | |
| | |
| Resultados/ Lucro Bruto | R\$ 392.998,00 |
| Retirada para reinvestimentos (20%) | R\$ 78.599,60 |
| | |
| Resultados | R\$ 314.398,40 |
| RESULTADO MENSAL | R\$ 26.199,87 |

Fonte: desenvolvido pelos autores (2024)

17.9 Considerações sobre o risco financeiro

O gerenciamento de riscos é fundamental para a estabilidade de qualquer negócio. Durante seu crescimento, a empresa necessitará diversificar suas fontes de receita e implementar uma gestão financeira robusta, alinhando-se às sugestões de Ferreira e Sampaio (2018), sobre a importância da análise de risco na tomada de decisões.

A empresa adotou ferramentas de controle financeiro e planejamento estratégico, permitindo-lhe prever e mitigar riscos relacionados a flutuações de demanda e custos. Com o tempo, ao fortalecer sua marca e expandir suas operações, a empresa se tornará mais resiliente, evidenciando que uma abordagem proativa ao risco financeiro não só assegura a continuidade do negócio, mas também proporciona oportunidades de crescimento em um mercado competitivo.

A prática contínua de análise e adaptação é essencial para sua evolução.

18 RESULTADOS

O plano de negócios da empresa Canto do Espeto demonstrou um grande potencial de sucesso e viabilidade econômica para a cidade de Teodoro Sampaio, SP. A análise detalhada dos diversos aspectos do negócio, incluindo mercado, operação e estrutura financeira, aponta que a espetaria tem condições de se destacar no mercado local e alcançar crescimento sustentável a médio e longo prazo.

A pesquisa de mercado revelou uma crescente demanda por estabelecimentos que ofereçam opções de alimentação rápida e de qualidade, especialmente no formato de espetos e petiscos. A cidade de Teodoro Sampaio, com seu perfil de população em crescimento e cultura local voltada para eventos sociais, como jogos de futebol, apresenta uma oportunidade única para o negócio. A implementação de estratégias de marketing voltadas para esse público, como promoções durante eventos esportivos, tem grande potencial de atrair e fidelizar clientes.

O plano de marketing, focado na comunicação digital e na promoção de eventos locais, como jogos de futebol, provê uma excelente plataforma para aumentar a visibilidade da marca. A utilização de promoções e descontos, principalmente em datas comemorativas e eventos esportivos, tende a gerar maior engajamento com o público e atrair novos clientes.

Os resultados do plano de negócios confirmam que o Canto do Espeto é uma oportunidade viável e promissora para Teodoro Sampaio-SP. O diferencial competitivo da espetaria, aliado ao seu foco em qualidade e inovação, oferece uma base sólida para seu sucesso. A empresa está posicionada para se tornar uma referência no segmento de alimentação fora do lar, gerando emprego, incentivando o consumo local e contribuindo para a economia da região. Com uma execução bem-sucedida das estratégias propostas, o Canto do Espeto tem grandes chances de alcançar seus objetivos e expandir suas operações, consolidando-se como uma marca reconhecida no mercado.

19 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise detalhada do plano de negócios para a espetaria Canto do Espeto em Teodoro Sampaio, SP, confirma a viabilidade e o potencial de sucesso do empreendimento. O negócio se destaca pela inovação no setor de alimentação, combinando a venda de espetos com uma variedade de bebidas e pratos rápidos, algo que atende à demanda local por opções práticas e saborosas. Além disso, o modelo de negócios contempla uma estratégia focada na qualidade, no atendimento ao cliente e na adaptação às necessidades do público local, o que aumenta significativamente as chances de sucesso.

A cidade de Teodoro Sampaio, apesar de ser de porte pequeno, apresenta características que favorecem o desenvolvimento de novos negócios, especialmente aqueles que atendem a demandas locais e culturais, como os eventos de futebol, que têm grande popularidade na região. O planejamento de marketing, incluindo promoções durante eventos esportivos, tem grande potencial para atrair um público fiel e aumentar a visibilidade da marca.

Financeiramente, o negócio se mostra sustentável, com um investimento inicial bem dimensionado, controle eficaz de custos e um payback previsto em 23 meses. A estratégia operacional eficiente, com um layout de espaço otimizado e o uso de tecnologia para facilitar o delivery e a gestão de pedidos, assegura um bom desempenho nas operações diárias.

Portanto, o Canto do Espeto não só é viável como uma excelente oportunidade de negócio em Teodoro Sampaio. A implementação do plano de negócios deve gerar impactos positivos na economia local, criando empregos e fomentando o consumo de produtos de qualidade e acessíveis. Com um planejamento sólido e estratégias bem definidas, o Canto do Espeto tem um grande potencial de se tornar um nome consolidado no mercado regional de alimentação fora do lar.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES - ABRASEL. *Relatório sobre o mercado de bares e restaurantes 2024*. São Paulo: **ABRASEL**, 2024.

CROSBY, Philip B. **Qualidade é gratuita**. 1. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1979.

DORNELAS, José Carlos. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 6. ed. São Paulo: **Atlas**, 2015.

DRUCKER, Peter F. **Gestão de empresas: práticas e desafios**. São Paulo: Pioneira, 1973.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS - FGV. *Índice de Confiança de Serviços (ICS) - Janeiro de 2024*. São Paulo: **FGV**, 2024.

HAMEL, Gary; PRAHALAD, C.K. *Competing for the Future*. Boston: **Harvard Business School Press**, 1994.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, Philip. **Princípios de Marketing**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

MINTZBERG, Henry. *The Rise and Fall of Strategic Planning: Reconceiving Roles for Planning, Plans, Planners*. New York: Free Press, 1994.

PETERS, Thomas J.; WATERMAN, Robert H. *In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*. New York: Harper & Row, 1989.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. **The experience economy: work is theatre & every business a stage**. Boston: Harvard Business Press, 1999.

PORTER, Michael E. *Competitive Advantage*. **Harvard Business School**. 1985. Disponível em: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=25059>. Acesso em: 5 nov. 2024.

PORTER, Michael E. **Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors**. New York: Free Press, 1980.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

PORTER, Michael E. *On competition*. Boston: **Harvard Business School Press**, 2008.

SCHMITT, Bernd H. **Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands**. New York: Free Press, 1999.

APÊNDICE – A – INESTIMENTOS – DETALHADOS

| MOVÉIS E UTENSÍLIOS | VALOR UNITARIO | UNIDADE: | TOTAL: |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------|---------------|
| mesas espetaria | R\$ 381,00 | 12 | R\$ 4.572,00 |
| Banquetas | R\$ 224,00 | 6 | R\$ 1.344,00 |
| espelho | R\$ 150,00 | 3 | R\$ 450,00 |
| Jogo de talheres | R\$ 116,50 | 5 | R\$ 582,50 |
| Jogo de copos 25 uni | R\$ 125,00 | 6 | R\$ 750,00 |
| Jogo de Pratos 50 uni | R\$ 805,00 | 2 | R\$ 1.610,00 |
| vaso sanitario | R\$ 250,00 | 3 | R\$ 750,00 |
| quadro decorativo 120x215 | R\$ 447,30 | 1 | R\$ 447,30 |
| MAQUÍNAS E EQUIPAMENTOS | | | |
| camara fria | R\$ 8.000,00 | 1 | R\$ 8.000,00 |
| liquidificador industial 4l | R\$ 400,00 | 2 | R\$ 800,00 |
| chapa a gás | R\$ 1.187,00 | 2 | R\$ 2.374,00 |
| churrasqueira a gás | R\$ 800,00 | 2 | R\$ 1.600,00 |
| freezer | R\$ 2.952,00 | 2 | R\$ 5.904,00 |
| geladeira | R\$ 1.889,10 | 1 | R\$ 1.889,10 |
| ar-condicionado | R\$ 8.140,00 | 2 | R\$ 16.280,00 |
| refrigerador | R\$ 3.950,00 | 2 | R\$ 7.900,00 |
| depurador e exustor de ar | R\$ 2.754,00 | 2 | R\$ 5.508,00 |
| VEICULOS | | | |
| pop 100 | R\$ 10.000,00 | 1 | R\$ 10.000,00 |
| | | | |
| SISTEMA DE GERENCIAMENTO | | | |
| SOFTWARE DE GESTÃO | R\$ 1.899,90 | 1 | R\$ 1.899,90 |
| REFORMAS | | | |
| Construção e pinturas | | | R\$ 10.000,00 |
| | | | R\$ 82.660,80 |

| | |
|-----------------|---------------------|
| ESTOQUES | R\$ 7.674,00 |
|-----------------|---------------------|

| | |
|--|----------------------|
| FLUXO DE CAIXA (entradas -saidas mensais) | |
| Receitas mensais | R\$ 37.075,00 |
| Saidas mensais | R\$ 33.545,00 |
| | R\$ 3.530,00 |
| TOTAL GERAL | R\$ 90.334,80 |