

REESTRUTURAÇÃO DE NEGÓCIOS

Amanda Carolina Da Silva Corrêa

André Perosa Alves

Rayssa Lorrane Rodrigues Cardoso

Resumo: Em um ambiente empresarial cada vez mais competitivo, a boa organização interna se torna fundamental para a continuidade de micro e pequenos negócios, que muitas vezes lidam com recursos limitados e dificuldade para manter processos administrativos consistentes. Diante dessa realidade, este trabalho teve como objetivo propor ações de reestruturação para o restaurante Romanesca, buscando melhorar o andamento das atividades e o relacionamento com os clientes. A pesquisa foi aplicada e de caráter descritivo, baseada principalmente na observação do funcionamento diário do estabelecimento e na análise das práticas que já eram utilizadas. Entre as medidas adotadas, destacaram-se a reorganização do estoque de bebidas, a compra de um celular e um notebook exclusivo para a gestão, a troca do sistema “Deli” pelo “Consumer”, o reforço do marketing digital com a criação de um novo perfil no Instagram e a realização de eventos, além da implantação do cardápio digital com QR Code para agilizar os pedidos. Os resultados mostraram melhoria no controle das operações, na comunicação com o público e na apresentação da marca. Conclui-se que a reorganização dos processos contribuiu para uma gestão mais clara e eficiente, fortalecendo o posicionamento do negócio no mercado local.

Palavras-Chave: Reestruturação Administrativa. Gestão de Pequenos Negócios. Controle de Estoque. Marketing Digital. Experiência do Cliente.

Abstract: *In an increasingly competitive business environment, strong internal organization becomes essential for the continuity of micro and small businesses, which often deal with limited resources and difficulties in maintaining consistent administrative processes. In light of this reality, this study aimed to propose restructuring actions for the Romanesca restaurant, seeking to improve the flow of activities and the relationship with customers. The research was applied and descriptive in nature, based mainly on the observation of the establishment's daily operations and the analysis of the practices that were already in use. Among the measures implemented, the reorganization of the beverage inventory, the acquisition of a management-exclusive cell phone and notebook, the replacement of the “Deli” system with “Consumer,” the strengthening of digital marketing through the creation of a new Instagram profile, and the organization of events stood out, in addition to the implementation of a digital menu with a QR Code to speed up orders. The results showed improvements in operational control, public communication, and brand presentation. It is concluded that the restructuring of processes contributed to clearer and more efficient management, strengthening the business's positioning in the local market.*

Keywords: *Administrative Restructuring. Small Business Management. Inventory Control. Digital Marketing. Customer Experience.*

1 INTRODUÇÃO

Em um ambiente empresarial cada vez mais desafiador e competitivo, a eficiência na gestão é fator determinante para a sobrevivência e o crescimento das organizações. Nos pequenos negócios, essa realidade é ainda mais crítica, pois muitas vezes faltam recursos financeiros, tecnológicos e humanos para aplicar práticas administrativas eficazes (CHIAVENATO, 2014). A ausência de uma estrutura sólida em áreas como controle de estoque, marketing e planejamento de eventos pode comprometer a competitividade e dificultar o desenvolvimento sustentável da empresa.

Este artigo tem como tema a reestruturação administrativa de um negócio de pequeno porte, buscando identificar e corrigir falhas que impactam diretamente o desempenho e o crescimento da organização. A escolha do tema se justifica pela necessidade urgente que muitas micro e pequenas empresas enfrentam de adotar métodos de gestão mais eficientes e alinhados com a realidade do mercado (DORNELAS, 2016).

Diante disso, formula-se o seguinte problema de pesquisa: como a reestruturação de áreas administrativas específicas, como o controle de estoque, organização de eventos e marketing digital, pode contribuir para a melhoria do desempenho de um negócio de pequeno porte? Este problema parte da observação de que o funcionamento desorganizado ou ineficiente dessas áreas tem impedido a empresa de alcançar melhores resultados, prejudicando sua imagem, seu faturamento e sua capacidade de expansão.

Com base nesse problema, levanta-se a seguinte hipótese: a implementação de processos estruturados nas áreas de controle de estoque, planejamento de eventos e marketing digital pode gerar maior organização, visibilidade e eficiência operacional, contribuindo para o crescimento do negócio e para sua consolidação no mercado local (KOTLER; KELLER, 2012).

2 OBJETIVO

O objetivo geral deste estudo é propor ações de reestruturação administrativa em um negócio de pequeno porte, focando nas áreas críticas que impactam diretamente seu desempenho.

3 DESENVOLVIMENTO

Ao longo do período analisado, o restaurante Romanesca passou por diversas melhorias e ajustes com o objetivo de otimizar sua gestão, modernizar os serviços e oferecer uma experiência de maior qualidade aos seus clientes. Essas ações estão alinhadas à necessidade de inovação constante no setor de alimentação, visando manter-se competitivo em um mercado dinâmico e exigente (SANTOS; SOTELO DREQUITO, 2024).

As melhorias implementadas abrangeram desde a aquisição de equipamentos até a reorganização de processos internos. Uma das primeiras iniciativas foi a compra de um celular de uso exclusivo para o restaurante, bem como de um notebook próprio. Essa separação entre os recursos pessoais e os profissionais possibilitou maior organização e comprometimento na administração do negócio.

Figura 1 – Celular Motorola Moto G35 5G



Fonte: Autor desconhecido, s.d.

Figura 2 – Notebook HP 14-ap020



Fonte: Autor desconhecido, s.d.

No que se refere à organização interna, os estoques e as geladeiras de bebidas foram reorganizados, resultando em maior praticidade nas rotinas operacionais, melhor conservação dos produtos e redução de desperdícios. A correta gestão de estoques é essencial para o controle de perdas, aumento da eficiência e sustentabilidade do negócio (SOUZA et al., 2024).

Figura 1 – Geladeira de bebidas reorganizada



Fonte: autoria própria (2025).

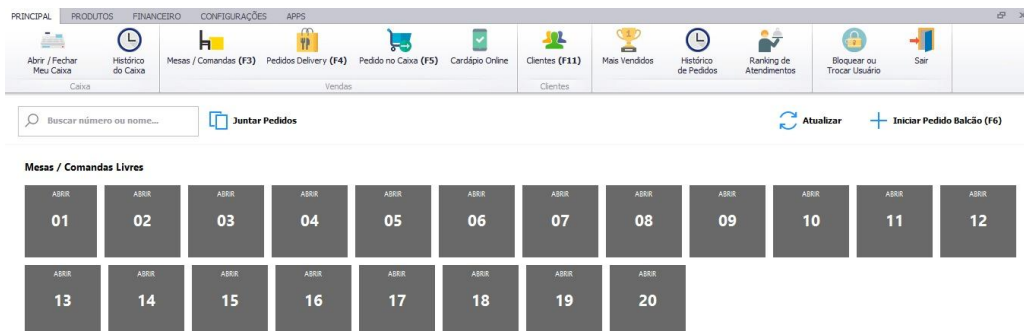
Outra melhoria importante foi a substituição do sistema de gestão. O restaurante deixou de utilizar o sistema “Deli” e passou a utilizar o “Consumer”, que oferece recursos mais avançados, como emissão de notas fiscais, controle de pedidos via delivery e organização das comandas de mesa. A adoção de tecnologias de gestão facilita o monitoramento das operações, contribuindo para maior agilidade e segurança nas atividades diárias (LI et al., 2024).

Figura 1 – O sistema gastronômico Deli é um software online para administrar instalações gastronômicas



Fonte: Autor desconhecido, s.d.

Figura 2 – Sistema Consumer ajuda com o controle de pedidos, entregas, produção e caixa em tempo real.



Fonte: autoria própria (2025).

No setor de marketing e redes sociais, foi retomada a comunicação ativa com os clientes por meio da divulgação de promoções, eventos e postagens interativas. Essa estratégia contribuiu significativamente para a melhoria da imagem do restaurante e o fortalecimento da presença digital. Durante esse processo, a empresa enfrentou a perda de acesso ao perfil anterior do Instagram devido a um incidente de segurança, o que levou a criação de um novo perfil oficial. O marketing de relacionamento, aliado ao uso estratégico das redes sociais, é uma ferramenta poderosa para a fidelização de clientes e aumento da competitividade (AMIN; TARUN, 2019).

Figura 1 – Antigo Instagram



Fonte: autoria própria (2025).

Figura 2 – Novo Instagram



Fonte: autoria própria (2025).

Além disso, eventos especiais foram incorporados à rotina do estabelecimento, como apresentações musicais ao vivo e a “Noite dos Caldos”. Essas ações proporcionam experiências diferenciadas e contribuem para a fidelização de clientes, uma vez que o marketing experiencial é um dos principais impulsionadores da satisfação no setor alimentício (AMIN; TARUN, 2019).

Figura 1 – Show ao vivo realizado pelo cantor Luan Simões



Fonte: autoria própria (2025).

Figura 2 – Noite dos caldos



Fonte: autoria própria (2025).

No que se refere ao cardápio, foram implementadas mudanças significativas. Criou-se uma versão digital, facilitando a escolha dos pratos pelos clientes e otimizando o trabalho da equipe. A digitalização de processos, como o cardápio e o sistema de pedidos, está diretamente ligada à melhoria da experiência do consumidor em ambientes alimentícios (FERNANDES et al., 2023).

Figura 1 – Cardápio de massas individuais, massas recheadas, porções e bebidas

<p>MASSAS PRATO INDIVIDUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> TALHARIM 200g R\$ 20,00 - MOLHO POMODORO - MOLHO BECHAMEL TALHARIM 200g R\$ 25,00 - MOLHO ROMANESCA presunto, ervilha fresca e queijo parmesão - MOLHO 4 QUEIJOS - MOLHO BOLANHESA NHOQUE TRADICIONAL 250g R\$ 25,00 - MOLHO BECHAMEL - MOLHO POMODORO - MOLHO 4 QUEIJOS - MOLHO BOLANHESA <p>MASSAS RECHEADAS</p> <ul style="list-style-type: none"> PRESUNTO E QUEIJO OU FRANGO R\$ 47,00 COM BEQUEIJO CREMOSO 500G COM DUAS OPÇÕES DE MOLHO: - MOLHO POMODORO - MOLHO BECHAMEL MASSA RECHEADA 4 QUEIJOS R\$ 55,00 500G COM DUAS OPÇÕES DE MOLHO: - MOLHO POMODORO - MOLHO BECHAMEL 		<p>PORÇÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> - COSTELINHA 4kg R\$ 70,00 - BOLINHO DE PANCETA 12 unid. R\$ 30,00 - FRITAS 500g R\$ 25,00 - TORRESMO DE BOLO 600g R\$ 40,00 - BIFE DE ANCHO ACEBOLADO 500g - R\$ 60,00 - TULIPA DEFUMADA 500g R\$ 40,00 - LINGUIÇA ARTESANAL 350g R\$ 30,00
		<p>BEBIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - ÁGUA 500ml R\$ 0,00 - ÁGUA C/ GAS 500ml R\$ 0,00 - COCA COLA 350ml R\$ 06,00 - COCA COLA ZERO 350ml R\$ 06,00 - FANTA LARANJA 350ml R\$ 06,00 - FANTA UVA 350ml R\$ 06,00 - GUARANA KLUAT 350ml R\$ 06,00 - SPRITE 350ml R\$ 06,00 - H2O 200ml R\$ 06,00 - H2O LIMONETO 500ml R\$ 06,00 - DEL VALLE IVA 200ml R\$ 06,00 - DEL VALLE PESSÉGO 200ml R\$ 06,00 - SCHWEPES 350ml R\$ 06,00 - RED BULL 250ml R\$ 13,00 - RED BULL TROPICAL 250ml R\$ 13,00

Fonte: autoria própria (2025).

Figura 2 – Cardápio de cerveja, doses, drinks, vinhos e massas do dia e/ou encomendas

<p>CERVEJA</p> <ul style="list-style-type: none"> - BRAHMA GARRAFA 600ml R\$ 14,00 - ORIGINAL GARRAFA 600ml R\$ 18,00 - HEINEKEN GARRAFA 600ml R\$ 18,00 - HEINEKEN LONG NECK 350 ml R\$ 10,00 - AMSTEL GARRAFA 600 ml R\$ 14,00 - CORONA LONG NECK 330 ml R\$ 10,00 - IMPÉRIO LATA 350ml R\$ 06,00 - BRAHMA LATA 350ml R\$ 06,00 - SKOL LATA 350ml R\$ 06,00 <p>DOSES</p> <ul style="list-style-type: none"> - WHISKY RED LABEL 50ml R\$ 15,00 - GIN TANQUERAY 50ml R\$ 15,00 - VODKA SMIRNOFF 50ml R\$ 08,00 - CACHAÇA CABARÉ 50ml R\$ 06,00 - CACHAÇA ARTESANAL 50ml R\$ 05,00 - CAMPARI 75ml R\$ 10,00 <p>DRINKS</p> <ul style="list-style-type: none"> - CAPRINHA DE CACHAÇA - CAPRINHA DE VODKA - GIN TÔNICA pic. frutas cítricas, bebida light e limão - GIN TROPICAL pic. laranja e clementinas frutas tropicais 		<p>VINHOS</p> <ul style="list-style-type: none"> VINHO TINTO R\$ 45,00 - Suave - Demiseco - Seco VINHO BRANCO SECO R\$ 45,00 VINHO ROSE SECO R\$ 45,00 <p>MASSAS DO DIA E ENCOMENDA</p> <p>- Consulte com os garçons sobre as massas disponíveis do dia e as sob encomenda.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: autoria própria (2025).

O restaurante também investiu na infraestrutura e em utensílios personalizados. Desenvolveu-se um novo modelo de papelero para organizar sachês, palitos e

guardanapos, incorporando QR Codes que permitem aos clientes realizar os pedidos diretamente das mesas. O uso de QR Code como ferramenta de atendimento foi amplamente adotado no setor durante e após a pandemia, proporcionando agilidade, higiene e autonomia ao consumidor (FARIA; CUSTÓDIO; OLIVEIRA, 2021).

Figura 1 – Papeleiro para organizar sachês, palitos e guardanapos com QR code

Além disso, foram produzidas tábuas de madeira personalizadas com a logomarca do restaurante, fortalecendo a identidade visual agregando valor estético e funcionalidade ao serviço. A personalização de produtos e utensílios contribui diretamente para a construção de uma marca forte e uma experiência memorável (JAIN; RAI, 2024).

Figura 1 – Nova tabúa de madeira personalizada com a logo do restaurante Romanesca



Fonte: autoria própria (2025).

Essas transformações demonstram que o restaurante Romanesca evoluiu significativamente, tanto na gestão interna quanto na experiência oferecida ao cliente,

tornando-se um empreendimento mais moderno, estruturado e competitivo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ações realizadas no restaurante Romanesca mostraram que a hipótese levantada no início do estudo se confirmou: ao organizar melhor os processos internos e a comunicação com o público, o negócio conseguiu melhorar seu funcionamento e fortalecer sua imagem. A utilização de um celular e um notebook exclusivos para a gestão, assim como a mudança para o sistema “Consumer”, tornou o controle das operações mais claro e rápido no dia a dia. A reorganização do estoque também trouxe resultados visíveis, facilitando o acesso aos produtos e evitando perdas desnecessárias.

No contato com os clientes, as mudanças também tiveram efeito. A retomada das postagens e do diálogo por meio das redes sociais aproximou o restaurante do público e ajudou a reforçar a identidade da marca. A realização de eventos contribuiu para criar um ambiente mais acolhedor e atrativo, favorecendo a permanência e o retorno dos clientes. Já o cardápio digital com QR Code tornou os pedidos mais simples e diretos, acompanhando um hábito que já é comum ao consumidor atual.

Assim, conclui-se que a reestruturação proposta contribuiu para que o Romanesca se tornasse um empreendimento mais organizado, atualizado e preparado para manter sua presença no mercado.

REFERÊNCIAS

AMIN, Sanjida; TARUN, Md. Touhiduzzaman. Experiential Marketing and Customer Satisfaction: A Study on the Restaurant Industry of Bangladesh. *Asian Business Review*, v. 9, n. 3, p. 141-149, 2019. Disponível em: <https://abc.us.org/ojs/index.php/abr/article/view/251>. Acesso em: 12 set. 2025.

AUTOR DESCONHECIDO. Celular Motorola Moto G35 5G. [S.l.: s.n.], s.d. Disponível em: https://www.mercadolivre.com.br/p/MLB47292046?pdp_filters=item_id:MLB4215644645#origin=share&sid=share&wid=MLB4215644645&action=copy

AUTOR DESCONHECIDO. Notebook HP 14-ap020. [S.l.: s.n.], s.d. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/notebook-hp-14ap010br-intel-celeron-dual-core-4gb-500gb/up/MLBU3427085361>

AUTOR DESCONHECIDO. O sistema gastronômico Deli é um software online para administrar instalações gastronômicas. [S.l.: s.n.], s.d. Disponível em: <https://share.google/wKfJkAZmlzqoyYNTw>

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 8. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.

FARIA, Jéssica M.; CUSTÓDIO, Marília; OLIVEIRA, Gustavo. O uso do QR code como ferramenta de atendimento em restaurantes: uma possibilidade a fim de assegurar padrões de consumo responsável em tempos de pandemia. RIC - Repositório Institucional do Centro Paula Souza, 2021. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/6118>. Acesso em: 12 set. 2025.

FERNANDES, Adriana et al. Virtual Restaurants: Customer Experience Keeps Their Businesses Alive. Information, v. 14, n. 7, 406, 2023. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2078-2489/14/7/406>. Acesso em: 12 set. 2025.

JAIN, Akanksha; RAI, Yash. Product Innovation and Customer Experience: Catalysts for Enhancing Satisfaction in Quick Service Restaurants. Modern Business Operations, v. 5, n. 3, 2024. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2673-5768/5/3/34>. Acesso em: 12 set. 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LI, Yifan et al. Sustainable entrepreneurship through customer satisfaction and reuse intention of online food delivery applications: insights from China. Journal of Innovation and Entrepreneurship, v. 13, 2024. Disponível em: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-024-00399-z>. Acesso em: 12 set. 2025.

SANTOS, Pedro C.; SOTELO DREQUITO, Oscar. The Relationship Between Marketing Strategies and Customer Satisfaction in the Fast Food Restaurant Industry. Binus Business Review, v. 15, n. 1, 2024. Disponível em: <https://journal.binus.ac.id/index.php/BECOSS/article/view/11201>. Acesso em: 13 set. 2025.

SOUZA, G. R. et al. Logística de gestão de estoque: métodos de controle de estoque e registro de entrada e saída dos produtos da empresa SS Restaurante e Pizzaria. RIC - Repositório Institucional do Centro Paula Souza, 2024. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/27611>. Acesso em: 13 set. 2025.

