

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**  
**Técnico em Administração**

**Alan Charles Catalan da Silva**  
**Anderson Nunes dos Santos**  
**Igor Massakazu Kokue**  
**Lucas de Souza**  
**Luis Henrique Carpanezi Camargo**  
**Lélio Mestrinheri**  
**Thiago Francis dos Santos**

**SABORES DO MUNDO: Uma proposta de diversidade gastronômica  
e cultural**

**Tupã**  
**2019**

**Alan Charles Catalan da Silva**  
**Anderson Nunes dos Santos**  
**Igor Massakazu Kokue**  
**Lucas de Souza**  
**Luis Henrique Carpanezi Camargo**  
**Lélio Mestrinheri**  
**Thiago Francis dos Santos**

**SABORES DO MUNDO: Uma proposta de diversidade gastronômica e cultural**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Recursos Humanos da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof<sup>a</sup> Nicoli Carolini de Lázari Hatano, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**Tupã**  
**2019**

# **ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO**

**Técnico em Administração**

**Alan Charles Catalan da Silva**

**Anderson Nunes dos Santos**

**Igor Massakazu Kokue**

**Lucas de Souza**

**Luis Henrique Carpanezi Camargo**

**Lélio Mestrinheri**

**Thiago Francis dos Santos**

## **SABORES DO MUNDO: Uma proposta de diversidade gastronômica e cultural**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Nicoli Carolini de Lázari Hatano  
Orientadora

---

Prof. Caroline Penteadó Manoel  
Avaliadora

---

Convidado (a) / Empresário (a): Cinthia Mancine Coelho de Campos  
Avaliadora

**Tupã, 18 de Junho de 2019.**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O (A) Professor (a) Orientador (a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as idéias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos a todos que nos apoiaram nessa trajetória, que nos ajudaram, e acima de tudo aos que confiaram em nós desde o início.

Agradecemos primeiramente a Deus por nos dar forças e sabedoria para chegar onde chegamos. Às nossas famílias por terem prestado todo o apoio necessário nesse ciclo tão importante de nossas vidas, pois foi com o apoio dessas pessoas que essa jornada se tornou mais agradável durante esse período.

Agradecemos aos docentes que sempre estiveram dispostos a nos ajudar quando as dificuldades surgiam e que sempre estiveram empenhados em transmitir o conhecimento para nós. Agradecemos particularmente e especialmente às nossas orientadoras, Nicoli Lázari e Renata Duarte por ter nos orientado com muita competência e profissionalismo sempre.

Agradecemos também à ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO por ter nos dado a oportunidade, estrutura necessária e ter disponibilizado todas ferramentas que nos permitiram chegar ao final desse ciclo de maneira satisfatória.

" Nas grandes batalhas da vida, o primeiro passo para a vitória é o desejo de vencer! "

*(Mahatma Gandhi)*

## RESUMO

**Introdução:** A refeição deve ser um momento especial, principalmente quando é feita em família ou entre amigos. Esse momento fica completo para o cliente quando ele é tratado com hospitalidade e atenção. Além de bom atendimento, alguns diferenciais são essenciais para o sucesso de um negócio. A pouca diversidade no cardápio pode não fidelizar o cliente por não suprir suas necessidades ou expectativas. Diversas pessoas ficam presas a culinárias locais ou regionais e acabam esquecendo, por falta de fácil acesso ou desconhecimento, da culinária de diferentes países. **Objetivo:** Este trabalho tem como objetivo propor uma ideia de negócio que ofereça ao cliente maior proximidade de diferentes culturas existentes ao redor do mundo. Especificamente, busca-se verificar a viabilidade do negócio e apresentar variedades gastronômicas de diferentes regiões. **Metodologia:** A metodologia está baseada em pesquisa bibliográfica sobre diferenças regionais e a relação dos costumes e das culturas com a culinária, bem como em uma pesquisa de campo sobre a aceitação do negócio. Foi utilizada a ferramenta CANVAS de modelagem de negócios e SWOT para a avaliação estratégica. Indicadores associados à lucratividade, à rentabilidade e ao prazo de retorno de investimento foram calculados. **Resultados:** A diversidade culinária abordada neste trabalho é importante para a economia regional, pois além de atrair a população aqui residente, pode aumentar o fluxo de novos visitantes/turistas que tenham curiosidade de conhecer novas culturas por meio da culinária. Além da gastronomia de diferentes regiões, um ambiente diferenciado é capaz de aproximar ainda mais as pessoas de tais culturas. O restaurante proposto visa oferecer diferentes sabores e ambientes temáticos. **Considerações Finais:** Notou-se por meio da presente pesquisa que a região carece de atenção neste ramo gastronômico. Há uma lacuna associada à culinária diversificada (oriunda de outros países) em um único ambiente a ser preenchida. O negócio é viável. O prazo de retorno do investimento é de aproximadamente dois anos.

**Palavras-chave:** Diversidade; Culinária; Cultura.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01: Layout</b> .....	33
<b>Figura 02: Layout</b> .....	33
<b>Figura 03: Layout</b> .....	34
<b>Figura 04: Layout</b> .....	34
<b>Figura 05: Layout</b> .....	35
<b>Figura 06: Layout</b> .....	35
<b>Figura 07: Layout</b> .....	36
<b>Figura 08: Layout</b> .....	36
<b>Figura 09: Layout</b> .....	37
<b>Figura 01: Layout</b> .....	37
<b>Figura 03: Canvas</b> .....	63

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Quais tipos de comidas você consome?.....	16
<b>Gráfico 2:</b> Faixa Etária.....	17
<b>Gráfico 3:</b> Você já frequentou algum restaurante que oferece pratos de diferentes países?.....	17
<b>Gráfico 4:</b> Qual período costuma frequentar um restaurante?.....	18
<b>Gráfico 5:</b> Com quem frequenta restaurantes regularmente? (Assinale quantas alternativas julgar necessárias) .....	18
<b>Gráfico 6:</b> Quais tipos de bebidas consome para acompanhar um prato?.....	19
<b>Gráfico 7:</b> Que tipos de serviço você prefere?.....	19
<b>Gráfico 8:</b> Você utilizaria os serviços de rodizio de bebidas?.....	20
<b>Gráfico 9:</b> Qual valor costuma gastar por pessoa quando frequenta um restaurante?.....	20
<b>Gráfico 10:</b> Como você prefere avaliar o atendimento prestado pelo estabelecimento?.....	21

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	13
<b>2. PESQUISA DE CAMPO</b>	16
<b>3. PLANO DE NEGÓCIO</b>	22
3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO	22
3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	22
3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários	22
3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições	24
3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO	24
3.3.1. Missão e Visão da Empresa	24
3.3.2. Setor de Atividade	25
3.3.3. Forma Jurídica	25
3.3.4. Enquadramento Tributário	25
3.4. CAPITAL SOCIAL	26
3.5. FONTE DE RECURSOS	26
3.6. ANÁLISE DE MERCADO	27
3.6.1. Análise dos Clientes	27
3.6.2. Análise dos Concorrentes	27
3.6.3. Análise dos Fornecedores	28
3.7. PLANO DE MARKETING	29
3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	29
3.7.2. Preço	30
3.7.3. Estratégias Promocionais	30
3.7.4. Estrutura de Comercialização	30
3.7.5. Localização da Empresa	31
3.8. PLANO DE OPERACIONAL	31
3.8.1. Layout ou Arranjo Físico	31
3.8.2. Capacidade Produtiva	36
3.8.3. Necessidade de Pessoal	37
3.9 INVESTIMENTOS	37
3.9.1 Investimentos	37
3.9.2 Capital de giro	37
3.9.3 – Investimentos pré-operacionais	41
3.9.4 Investimento total (resumo)	41
3.10. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO	42
3.10.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa	42

3.10.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto.....	43
3.10.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa.....	45
3.10.4. Margem de Contribuição Unitária.....	46
3.10.5 – Estimativa dos custos de comercialização .....	47
3.10.6 Custo total .....	48
3.10.6.1.1 Preço de venda unitário .....	49
3.10.6.2 Custo total dos itens.....	49
3.10.7 Demonstrativo de resultados.....	50
3.10.8 Ponto de Equilíbrio .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
3.11 INDICADORES FINANCEIROS .....	50
3.11.1 Lucratividade .....	50
3.11.2 Rentabilidade .....	50
3.11.3 Prazo de retorno do investimento.....	51
3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....	52
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	54
REFERÊNCIAS.....	55
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA.....	56
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO 1. Quais tipos de comida você consome?..	60
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS.....	62

## 1. INTRODUÇÃO

A refeição deve ser um momento especial, principalmente quando é feita em família. Esse momento fica completo para o cliente quando ele é tratado com hospitalidade e atenção.

A satisfação dos consumidores é uma das principais formas das organizações conquistarem mercado, ocorrendo a partir da captação inicial e do desenvolvimento de um bom relacionamento com os mesmos. É importante salientar que a satisfação do cliente é resultado dos serviços prestados pela organização, principalmente a qualidade no atendimento. A percepção desta satisfação para os clientes é fundamental para o sucesso da empresa (RIBEIRO, 2008).

O mau atendimento é um problema constante em parte das organizações. Às vezes, os donos não conseguem identificar tal problema e saná-lo, por não ter uma comunicação adequada com a parte operacional ou com os responsáveis pelo atendimento.

Ribeiro (2008) apud Zenone (2003), diz que os clientes estão cada vez mais exigentes e, como consequência, as empresas enfrentam maiores dificuldades para desenvolver seus negócios, tendo que reestruturar sua maneira de atuar no mercado.

Além de bom atendimento, conforto, confiança e alguns diferenciais são essenciais para o sucesso de um negócio. No ramo culinário, especificamente em restaurantes, o atendimento e o cardápio são peças fundamentais para o sucesso do negócio. A pouca diversidade pode não fidelizar o cliente por não suprir suas necessidades ou expectativas.

Atualmente no país, diversas pessoas ficam presas a culinárias locais ou regionais e acabam esquecendo, por falta de fácil acesso ou desconhecimento, da culinária internacional. O Brasil está os 30 primeiros países no ranking mundial de países que têm um diferencial na culinária. Existe interesse em consumir alimentos advindos de outros países.

Frente ao interesse das pessoas por diferentes culturas e culinárias, e à importância de um bom atendimento e de ambientes diferenciados, que

representem tais culturas, o que poderia ser proposto para que as pessoas pudessem conhecer as diferenças regionais em um único local?

Consideram-se algumas hipóteses neste estudo: O bom atendimento auxilia e cativa o consumidor a sempre frequentar o local; A diversidade cultural pode ser percebida por meio da culinária; Diferentes culturas despertam a curiosidade das pessoas.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo propor uma ideia de negócio que ofereça ao cliente maior proximidade de diferentes culturas existentes ao redor do mundo. Especificamente, busca-se: verificar a viabilidade do negócio proposto, e apresentar variedades gastronômicas de diferentes regiões.

No Brasil há uma grande diversidade cultural fazendo com que as pessoas busquem e se interessem por diversas culinárias, típicas de cada região e país. A globalização e o avanço da tecnologia contribuem para despertar a curiosidade das pessoas a respeito das diferentes culturas que existem no mundo. Essa curiosidade gera uma busca pela aproximação e conhecimento dessas culturas de alguma forma, como por exemplo, pela culinária.

Sabendo disso, um restaurante que propõe uma culinária diversificada atrairia pessoas para conhecer diferentes sabores oferecidos pela diversidade cultural. Agregando um bom atendimento poderia satisfazer, de forma mais eficaz, as necessidades dos clientes. Além da gastronomia de diferentes regiões, um ambiente diferenciado é capaz de aproximar ainda mais as pessoas de tais culturas. Morgan (2018) ressalta:

Existe a necessidade de desenvolver uma gastronomia mais técnica, que valorize a elaboração do alimento no seu preparo e na sua forma de apresentar e servir. Essa era a demanda dos novos restaurantes. A gastronomia reflete, além dos aspectos culturais e da agricultura local, a religiosidade de um povo.

Sabendo disso, um restaurante que propõe essa culinária diversificada atrairia pessoas a conhecer diferentes sabores oferecidos pela diversidade cultural agregado a um bom atendimento, com a finalidade de satisfazer o cliente.

O restaurante proposto neste projeto visa proporcionar uma diversidade de culinária para esta região, buscando ser um lugar de referência para

clientes e visitantes, com ambientes temáticos e pratos com sabores de diferentes países para que o cliente possa se sentir em um lugar totalmente diferente e especial.

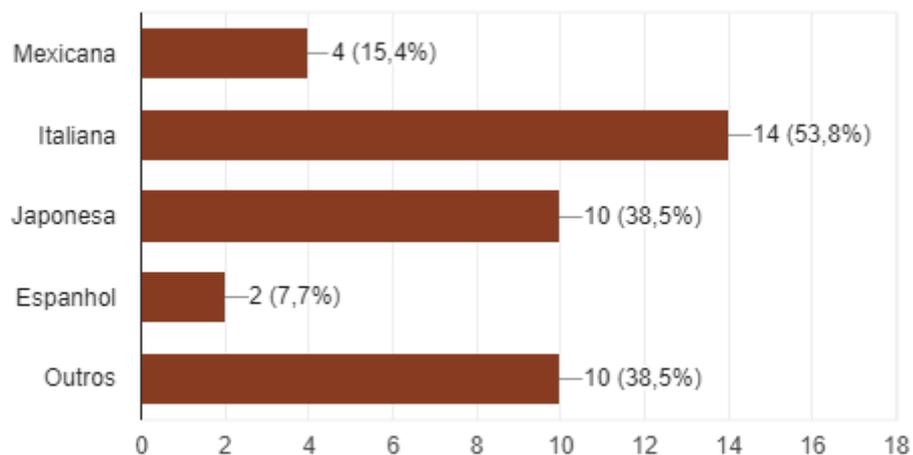
A metodologia deste trabalho está baseada em uma breve pesquisa bibliográfica, realizada por meio de sites e artigos científicos, sobre diferenças regionais e a relação dos costumes e das culturas com a culinária.

Buscando verificar a viabilidade do negócio, será desenvolvido um plano de negócios. Este compreenderá o uso da ferramenta CANVAS de modelagem de negócios, que permite identificar as necessidades do empreendimento, o uso da ferramenta SWOT para a avaliação estratégica e o cálculo de indicadores, como lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno de investimento.

## 2. PESQUISA DE CAMPO

A seguinte pesquisa foi realizada com o principal intuito de levantar dados sobre os gostos culinários de cada pesquisado, objetivando saber qual país agradaria o público alvo e o nível de aceitação da ideia.

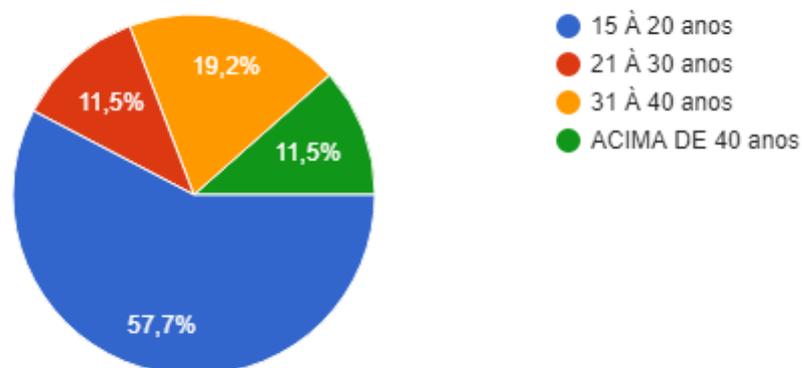
**Gráfico 1 –** Quais tipos de comidas você consome?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Observa-se que a comida italiana tem seu destaque na pesquisa, apontando um potencial e público a ser explorado. Por outro lado, mostra que a comida espanhola seria pouco consumida.

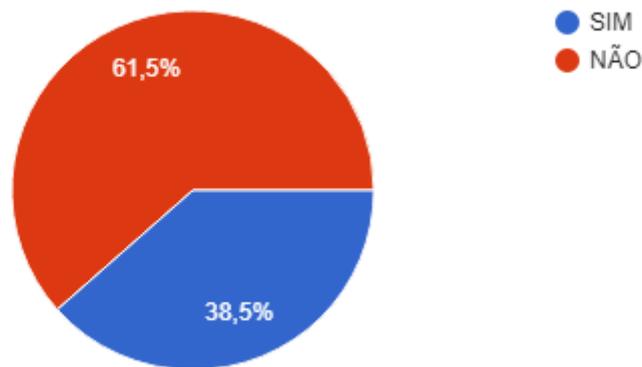
**Gráfico 2 –** Faixa Etária



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Observa-se que a maioria das pessoas que responderam ao questionário tem entre 15 e 20 anos, destacando-se das demais faixas de idade.

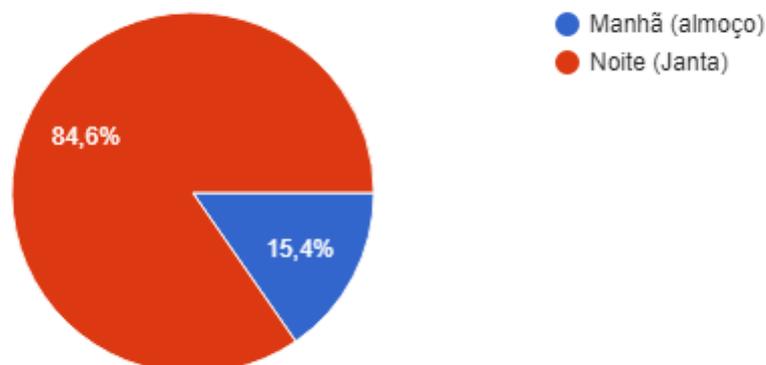
**Gráfico 3 –** Você já frequentou algum restaurante que oferece pratos de diferentes países?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

O gráfico 3 mostra que a maior parte das pessoas não frequentou um restaurante deste tipo, com diversidade culinária, conforme proposto neste trabalho, reforçando a ideia de que existe necessidade do mercado regional a ser atendida.

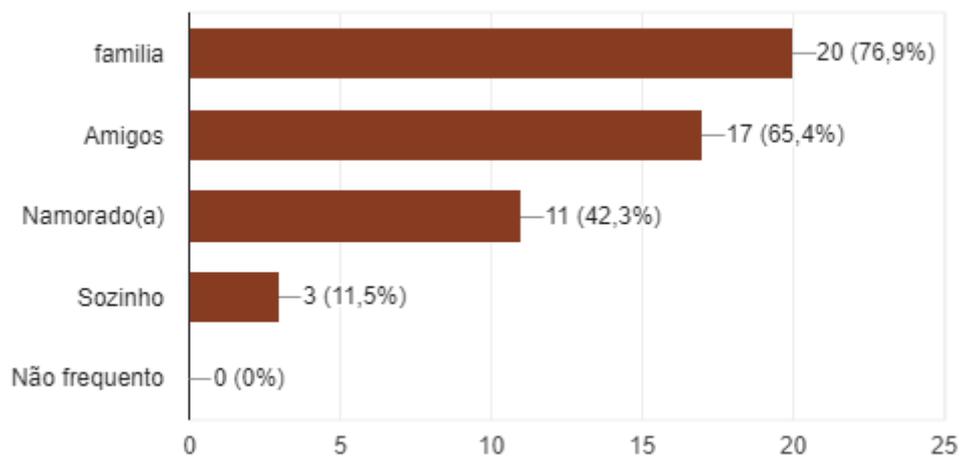
**Gráfico 4 –** Qual período costuma frequentar um restaurante?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

De acordo com as respostas, o melhor horário de atendimento é noturno, pois o fluxo de pessoas nesse tipo de estabelecimento é maior do que no horário de almoço.

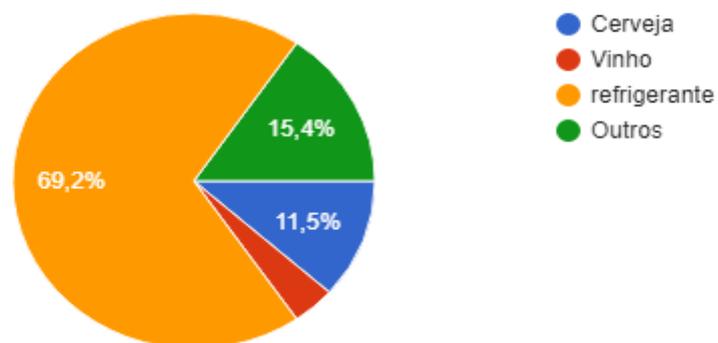
**Gráfica 5** – Com quem frequenta restaurantes regularmente? (Assinale quantas alternativas julgar necessário).



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Observa-se um fluxo maior de frequência a estes locais com família e amigos, o que apoia a ideia de criação de *combos* ou promoções, mas não descartando a possibilidade de criar promoções nos dias dos namorados ou agendamentos de aniversários de namoro ou casamento.

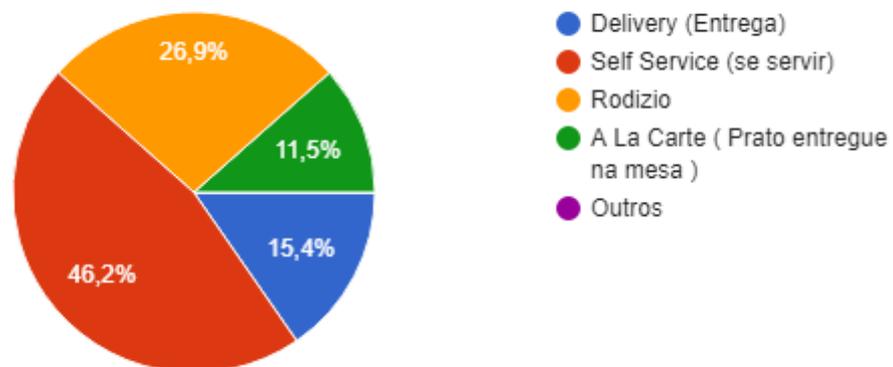
**Gráfico 6** – Quais tipos de bebidas consome para acompanhar um prato?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

De acordo com a pesquisa, nota-se que a variedade de refrigerantes terá que se sobressair às demais bebidas, porém, outras opções também estarão à disposição.

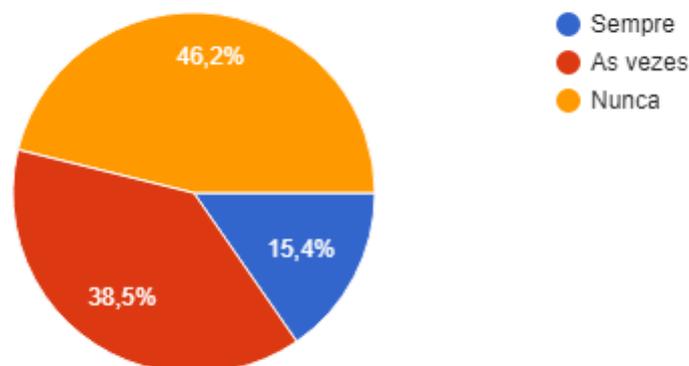
**Gráfico 7 –** Que tipos de serviço você prefere?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Dentre os serviços mais destacados na pesquisa, tem-se o *self-service* e o rodízio, ambos, podendo ser inseridos no cronograma durante a semana.

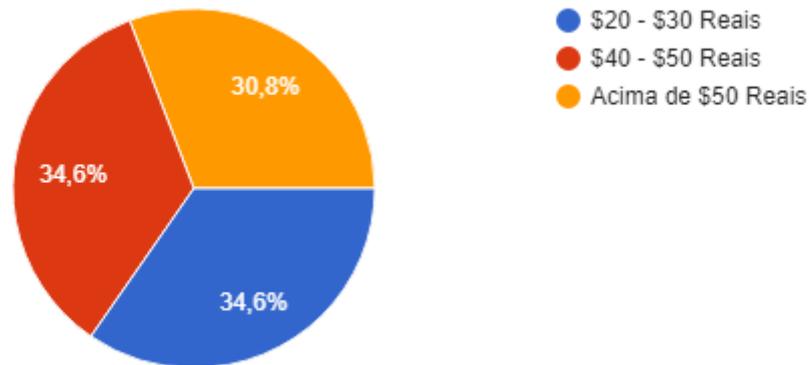
**Gráfico 8 –** Você utilizaria os serviços de rodizio de bebidas?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

A pesquisa aponta que o rodízio de bebidas não é uma preferência do público, mostrando não ser uma opção viável.

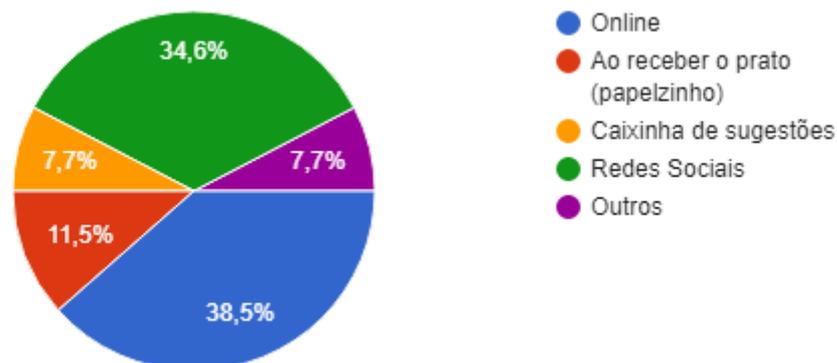
**Gráfico 9** – Qual valor costuma gastar por pessoa quando frequenta um restaurante?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Notaram-se percentuais equilibrados, o que é positivo para a empresa em questão, pois amplia a parcela do público alvo. Os preços poderiam variar entre 20 e 50 reais, e superiores a 50 reais.

**Gráfico 10** – Como você prefere avaliar o atendimento prestado pelo estabelecimento?



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Com base na pesquisa, as pessoas optam por utilizar a tecnologia como meio de avaliação do estabelecimento, pois sanaria a perda de tempo por meio da versatilidade e rapidez da internet.

Conclui-se que existe mercado a ser explorado, e a falta de consumo de outras comidas abre portas para um novo modelo de restaurante.

### 3. PLANO DE NEGÓCIO

#### 3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O restaurante “sabores do mundo” surgiu baseado nas principais necessidades do público, principalmente na região de Tupã-SP. As necessidades foram diversas, mas o restaurante tem como objetivo proporcionar ao cliente satisfação, por meio de uma refeição de qualidade, excelência em atendimento e praticidade por meio da diversificação da culinária.

Um dos principais diferenciais do restaurante é a diversidade culinária e ambiente temático dos países: Brasil, Espanha, Itália e México. Além de proporcionar uma experiência única ao cliente, possibilita a valorização do turismo da cidade.

A empresa é composta por sete sócios, cada um com sua função na organização. A ideia proposta mostra-se viável. O índice de lucratividade é de 32,56% mensal e o prazo de retorno do investimento é de, aproximadamente, 2 anos.

#### 3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

##### 3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários

<b>Fundador 01</b>	
Nome: Thiago Francis dos Santos	
Endereço: Comerciante Manoel Motta, 210	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: thiago.francis@hotmail.com	Telefone:(14) 99744-0825

Atribuição do Fundador 01 – Diretor Financeiro

<b>Fundador 02</b>	
Nome: Anderson Nunes dos Santos	
Endereço: Nestor de Barros, 186	Cidade/Estado: Pompéia
E-mail:andinunes05@gmail.com	Telefone:(14) 99718-2859

Atribuição do Fundador 02 - Chef de Cozinha

<b>Fundador 03</b>	
Nome: Luís Henrique Corpanzil Camargo	
Endereço: Rua Antônio Monteiro, 20 - Bela Vista	Cidade/Estado: Arco-íris/SP
E-mail:luiscarpanezi@hotmail.com	Telefone:(14) 99635-2827

Atribuição do Fundador 03 – Gerente Geral

<b>Fundador 04</b>	
Nome: Igor Massakazu Kokue	
Endereço: Rua Choji Ishibashi, 358	Cidade/Estado: Bastos/SP
E-mail:igorkokue9@gmail.com	Telefone:(14) 99820-4798

Atribuição do Fundador 04 – Atendente

<b>Fundador 05</b>	
Nome: Lucas de Souza	
Endereço: Rua Potiguaras, 721 - Centro	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: lucas_falcon@hotmail.com	Telefone:(14) 99644-3213

Atribuição do Fundador 05 – Auxiliar administrativo

<b>Fundador 06</b>	
Nome: Alan Charles Catalan da Silva	
Endereço: Maria Grespan Magron, 461	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: alancharles1004_@hotmail.com	Telefone:(14) 99708-0648

Atribuição do Fundador 06 – Gerente de compras

<b>Fundador 07</b>	
Nome: Lélío Mestrinheri	
Endereço: Guaicurus 388	Cidade/Estado: Tupã/SP

E-mail: lelio_mestrinheri@hotmail.com	Telefone:(14) 98156 - 2606
---------------------------------------	----------------------------

Atribuição do Fundador 07 – Diretor de Marketing, Auxiliar administrativo

### 3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

Perfil do Fundador 01: Formado em Bacharel de Sistemas de Informação - FACCAT Tupã - 2014/2017, Cursando Técnico em Administração 2018/2019 -Etec Massuyuki Kawano.

Perfil do Fundador 02: Ensino Médio Completo E.E Cultura e Liberdade, Cursando Técnico em Administração 2018/2019 -Etec Massuyuki Kawano.

Perfil do Fundador 03: Ensino Médio Completo, Finanças e empreendedorismo pelo Bradesco 2017, Cursando Técnico em Administração 2018/2019 -Etec Massuyuki Kawano.

Perfil do Fundador 04: Ensino Médio Completo, Técnico em informática Etec Massuyuki Kawano 2016/2017, Cursando Técnico em Administração 2018/2019 -Etec Massuyuki Kawano.

Perfil do Fundador 05: Ensino Médio Completo, Cursando Técnico em Administração 2018/2019 -Etec Massuyuki Kawano.

Perfil do Fundador 06 Ensino Médio Completo, Cursando Técnico em Administração 2018/2019 -Etec Massuyuki Kawano.

### 3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: Restaurante Sabores do Mundo

CNPJ: 22.059.199/0001-78

#### 3.3.1. Missão e Visão da Empresa

Missão

Ter excelência em qualidade na prestação de serviços em alimentos e bebidas, oferecer praticidade e um bom atendimento, atingindo a satisfação do cliente a partir da diversidade gastronômica e cultural.

#### Visão

Contribuir para a melhoria da estrutura turística gastronômica da cidade de Tupã, fortalecendo o desenvolvimento do potencial turístico da região.

#### 3.3.2. Setor de Atividade

O restaurante Sabores do mundo trabalhará no ramo alimentício, produzindo receitas nacionais e internacionais, atuando no setor de comércio.

#### 3.3.3. Forma Jurídica

A empresa se enquadra na forma jurídica Empresa de Pequeno Porte – EPP, por ser uma sociedade, podendo a empresa ter mais de um dono, além da EPP pode optar pelo Simples Nacional, um regime tributário com menos encargos e burocracias.

#### 3.3.4. Enquadramento Tributário

Simples Nacional, por poder optar pela inscrição no Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES.

De acordo com a Lei do Simples Nacional, anexo I – 2019, tendo como alíquota inicial 9,5% para cálculo da alíquota efetiva.

O Simples Nacional destina-se as empresas que se beneficiarão da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único. O enquadramento no Simples está sujeito à aprovação da Receita Federal e considera a atividade e a estimativa de faturamento anual da empresa. A Lei também prevê benefícios quanto à desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação. A Lei enquadra como microempresa (ME) a pessoa jurídica com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360 mil. Se a receita bruta anual for superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior é R\$ 3,6 milhões ela será classificada como Empresa de Pequeno Porte (EPP). Para as ME e EPP, o Simples

Nacional abrange os seguintes tributos e contribuições: IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal. A Lei também criou o Microempreendedor Individual (MEI), que é pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional, com receita bruta anual de até R\$ 60 mil. O MEI pode ter um empregado e não pode ser sócio ou titular de outra empresa. O recolhimento dos impostos e contribuições é feito em valor fixo mensal, independente da receita bruta.

Observação: Empresas não optantes pelo Simples estarão sujeitas ao recolhimento dos seguintes tributos e contribuições: • IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica; • PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social; • COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social; • CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido; • IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (para indústria); • ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercado (para indústria, comércio e serviços de transporte intermunicipal e interestadual); • ISS – Imposto sobre Serviços (prestação de serviços).

### 3.4. CAPITAL SOCIAL

<b>Nomes do Fundador</b>	<b>Valor do Capital Integralizado</b>
Alan Charles Catalan da Silva	R\$ 5.862,28
Lucas de Souza	R\$ 5.862,28
Igor Massakazu Kokue	R\$ 5.862,28
Luis Henrique Carpanezi Camargo	R\$ 5.862,28
Anderson Nunes dos Santos	R\$ 5.862,28
Thiago Francis dos Santos	R\$ 5.862,28
Lélio Mestrinheri	R\$ 5.862,28

### 3.5. FONTE DE RECURSOS

Os recursos financeiros serão obtidos por meio do capital investido de R\$ 5.213,93 cada sócio, totalizando R\$ 36.497,51. Com esses recursos, todos os maquinários operacionais serão adquiridos.

### 3.6. ANÁLISE DE MERCADO

#### 3.6.1. Análise dos Clientes

Os alvos são pessoas com idades entre 18 a 60 anos, das classes A e B que procuram um ambiente agradável e acessível, com diferentes sabores, localizados principalmente na cidade de Tupã e região.

Para os que não possuem disponibilidade ou preferem realizar suas refeições em casa, poderão optar pelo atendimento por meio do serviço de *Delivery*, que poderá ser solicitado pelo site, *WhatsApp* ou aplicativo. Será cobrada uma taxa de entrega fixa.

#### 3.6.2. Análise dos Concorrentes

Concorrente	Qualidade do Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Água Doce	ÓTIMO	R\$ 25,00 À R\$ 90,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL	Bebidas Artesanais e variadas, comidas típicas, petiscos e sobremesas
Costelão do Baiano	ÓTIMO	R\$ 18,00 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito	PRESENCIAL E <i>DELIVERY</i> .	Bebidas variadas, comidas típicas e petiscos
Ikebana Sushi bar	BOM	R\$ 20,00 À R\$ 60,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL E <i>DELIVERY</i> .	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos
Na Brasa	BOM	R\$ 15 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL E <i>DELIVERY</i>	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos

Olé Restaurantes	BOM	R\$ 15 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL E <i>DELIVERY</i>	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos
Panela com Mistura	ÓTIMO	R\$ 15 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL E <i>DELIVERY</i> .	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos
Panificadora Ki pão	BOM	R\$ 20 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos
Restaurante e Lanchonete Sabor Brasil	BOM	R\$ 12,00 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL E <i>DELIVERY</i> .	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos
Restaurante Petisk	BOM	R\$ 23 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito	PRESENCIAL	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos
Tia Yoko – Restaurante & <i>Delivery</i>	BOM	R\$ 15 À R\$ 50,00	Dinheiro, cartão de crédito ou débito.	PRESENCIAL E <i>DELIVERY</i> .	Bebidas Artesanais, comidas típicas e petiscos

Por meio da análise da concorrência, conclui-se que existem ótimos concorrentes diretos que podem afetar diretamente o público atendido. Entretanto, é possível avaliar que o foco destas empresas é diferente do está sendo proposto, possibilitando uma implantação de tal modelo na cidade.

### 3.6.3. Análise dos Fornecedores

Nº	NOME	LOCAL	QUALIDADE	PREÇO	ENTREGA	FORMA DE PAGAMENTO
----	------	-------	-----------	-------	---------	--------------------

1	Morandi Hortaliças	Tupã	Alta	Médio	8 Horas	A vista ou Boleto
2	Excelente Comércio de Bebidas Ltda (Ambev)	Marília	Alta	Médio	2 dias	Boleto
3	Ceasa de Marília	Marília	Alta	Médio	2 dias	À vista
4	Atacadão MARÍLIA	Marília	Média	Médio	Não	A vista ou Cartão
5	Frigorífico estrela	Tupã	Média	Médio	Não	Boleto
6	Varejão Gaspar	Tupã	Média	Alto	5 Horas	A vista ou Boleto
7	Makro	Tupã	Média	Média	Não	À vista
8	Gás Tupã	Tupã	Médio	Médio	Sim	A vista ou Boleto
9	ENOTECA DECANter MARÍLIA	Marília	Média	Média	Não	A vista ou Boleto

### 3.7. PLANO DE MARKETING

#### 3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

O restaurante terá como principal atrativo pratos dos países: Brasil, Espanha Itália e México. Além dos pratos, o ambiente será temático com músicas típicas e decorações.

Os pratos principais serão: burrito mexicano, feijoada brasileira, paella espanhola e bruschetta italiana, preparados com ingredientes selecionados, priorizando a qualidade do produto a ser entregue ao cliente.

Será disponibilizado o serviço de *Delivery*, os clientes poderão solicitar por meio de ligações, *WhatsApp* ou aplicativo *Mobile*.

Para empresas, nosso diferencial é a possibilidade de reserva do ambiente para comemorações ou reuniões corporativas. As empresas poderão agendar por telefone ou *e-mail*.

### 3.7.2. Preço

Para que sejam estabelecidos os preços, serão levados em consideração alguns critérios, como o valor gasto com matéria-prima, o preço dos concorrentes e o preço que os clientes estarão dispostos a pagar por cada prato, levando em consideração o lucro da empresa.

Burrito mexicano: R\$69,90

Feijoada brasileira: R\$59,90

Paella espanhola: R\$34,00

Bruschetta italiana: R\$33,90

### 3.7.3. Estratégias Promocionais

Utilizar o marketing social nos pratos principais e inovadores, o objetivo é definir entre 15% a 20 % do lucro para entidades sociais locais.

Propaganda em rádio será utilizada, o foco é no marketing digital com o cadastro dos clientes no *software* de gestão, utilizando a mala direta e também uma página em Rede Social para interagir, divulgar pratos e promoções.

Um clube de degustadores terá um papel importante, selecionando clientes fiéis para apreciar belos pratos exclusivos, antes do lançamento em produção no restaurante.

O prato do dia terá seu papel fundamental, é a seleção de um prato para receber um desconto naquele dia.

Um dos objetivos é oferecer um ambiente temático, por isso os locais do restaurante terão decoração de cada país: Argentina, Brasil, Estados Unidos, Itália e México.

### 3.7.4. Estrutura de Comercialização

Como meio de comercialização será utilizado um site com opções de agendamento, pedidos *online* e cardápio. Além do WhatsApp e também telefone.

Para empresas será possível agendar um Evento por e-mail e telefone, terá uma pessoa específica para tratar tais assuntos e organizar o ambiente para recepção. Um serviço de *Delivery* com aplicativo terceirizado poderá ser disponibilizado para *Android* e *IOS*. Ex: *delivery much*, *aiqfome*.

No restaurante. a opção *à la carte* será oferecida, com cardápio definido com diversos pratos dos 5 países. O pedido será atendido na mesa do cliente pelo garçom e levado após o preparo pelo mesmo para apreciação.

Para o público visto como pessoa jurídica, empresas que querem prestigiar o ambiente com a equipe de funcionários, haverá a opção de definir o cardápio previamente, por meio de agendamento, com prazo mínimo de 48 horas, para que o restaurante tenha preparação necessária para atingir a demanda. A empresa poderá escolher os pratos que estarão disponíveis no cardápio.

### 3.7.5. Localização da Empresa

Endereço da Empresa: Proximidades do Parque universitário II	
Telefone/Fax: (14) 99744-0825	Cidade/Estado:Tupã-SP

A proposta é oferecer uma refeição com custo acessível, com localização estratégica.

## 3.8. PLANO DE OPERACIONAL

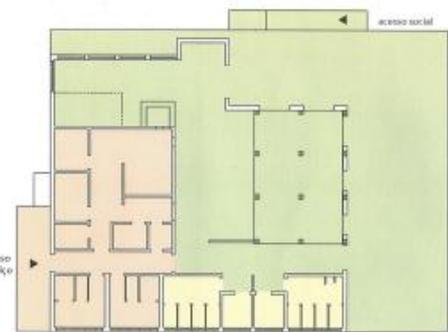
### 3.8.1. Layout ou Arranjo Físico



## Setorização do Projeto

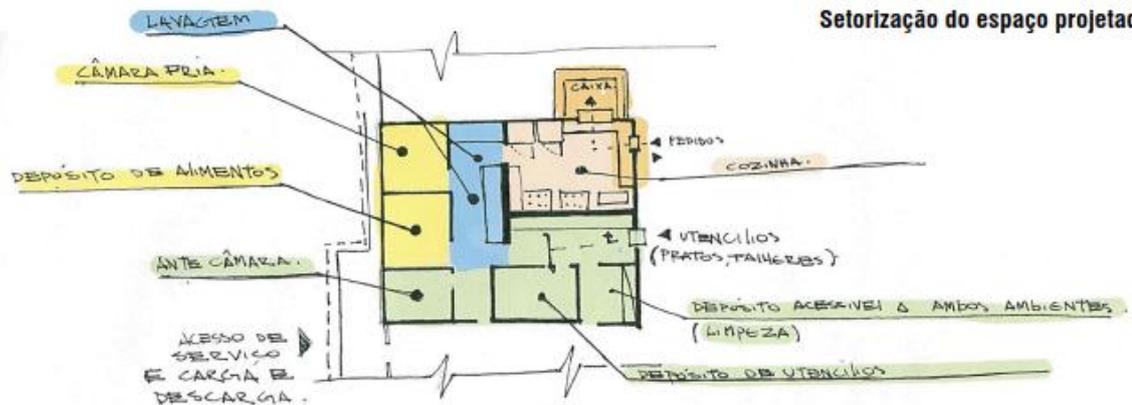


Sistema de funcionamento do setor de serviços



setor social sanitários setor de serviço

Setorização do espaço projetado





## Vistas das fachadas



**Entrada Principal  
Rua 1**



**Entrada Secundária  
Rua 2**



**Entrada de Serviço  
Rua 2**

## Perspectiva das fachadas



**Capacidade externa de  
pessoas sentadas**

**44 pessoas**

# Perspectiva interna



# Perspectiva interna



## Perspectiva interna

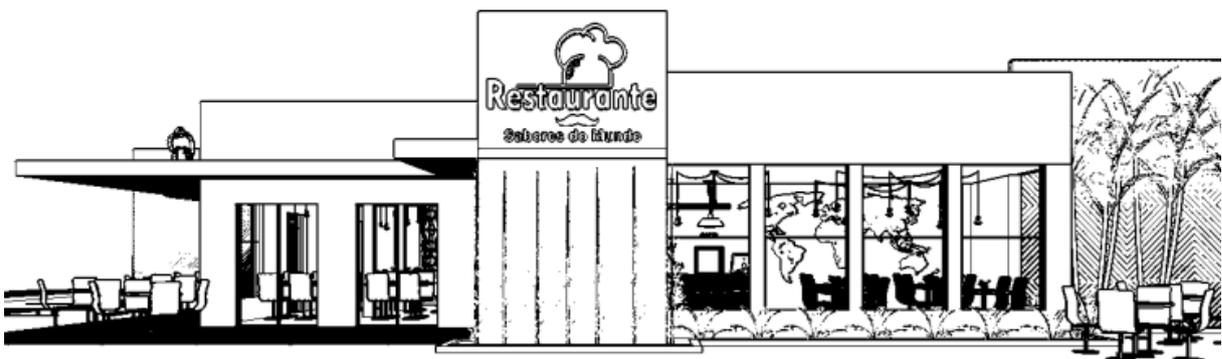


Capacidade interna de  
pessoas sentadas

54 pessoas

Total (interno e externo):  
98 pessoas

Ativ  
Acess



Jessica Carpaneni.

Ativ

### 3.8.2. Capacidade Produtiva

A capacidade de produção, tal como a venda será em torno de 65 pratos por dia, em torno de 1.550 pratos por mês.

### 3.8.3. Necessidade de Pessoal

<b>Cargo</b>	<b>Função</b>	<b>Qualificação Necessária</b>
Auxiliar de cozinha	Ajudar na preparação de pratos	Experiência profissional na área, com disponibilidade de carga horária.
Faxineiro	Manter o ambiente limpo	Experiência profissional na área, com disponibilidade de carga horária.
Garçom	Atendimento de mesas	Experiência profissional na área, com disponibilidade de carga horária.

## 3.9 INVESTIMENTOS

### 3.9.1 Investimentos

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	CÂMARA FRIA INDUSTRIAL/CONSERVADORA	1	R\$ 6.999,00	R\$ 6.999,00
2	FOGÃO INDUSTRIAL 6 BOCAS COM FORNO E CHAPA	2	R\$ 1.341,00	R\$ 2.682,00
3	FREEZER HORIZONTAL	1	R\$ 2.239,00	R\$ 2.239,00
4	FORNO INDUSTRIAL À GÁS	2	R\$ 1.002,83	R\$ 2.005,66
5	KIT FAQUEIRO INOX TRAMONTINA 72 PEÇAS	3	R\$ 110,00	R\$ 330,00
6	KIT 20 PEÇAS P/ COZINHEIRO PROFISSIONAL	1	R\$ 2.313,00	R\$ 2.313,00
7	FRITADEIRA A GÁS INOX	1	R\$ 567,00	R\$ 567,00
8	MESA INOX 2 METROS	2	R\$ 1.610,00	R\$ 3.220,00
9	JOGO DE PRATO PORCELANA 20 PEÇAS	3	R\$ 110,00	R\$ 330,00
	Total de investimentos fixos			R\$ 20.685,66

### 3.9.2 Capital de giro

Para o funcionamento do negócio serão necessárias as compras de matérias-primas, como os ingredientes utilizados no preparo dos pratos.

A – Estimativa do estoque inicial

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Azeite 500ML	8 unidades	R\$16,70 (1 UN)	R\$ 133,70
2	Pimentão Vermelho	6 KG	R\$15,00 (1 KG)	R\$ 90,00
3	Alho	8 KG	R\$10,90 (1 KG)	R\$ 87,20
4	Cebola	10 KG	R\$5,98 (1 KG)	R\$ 59,80
5	Arroz	25 KG	R\$10,99 (5 KG)	R\$ 54,95
6	Açafrão	1 KG	R\$12,99 (1KG)	R\$ 12,99
7	Camarão Rosa	5 KG	R\$118,00 (1 KG)	R\$ 590,00
8	Tomate	15 KG	R\$ 5,50 (1 KG)	R\$ 82,50
9	Ovos	36 unidades	R\$ 7,00 (Dúzia)	R\$ 21,00
10	Creme de leite	3 KG	R\$ 2,75 (200gr)	R\$ 41,25
11	Leite	5 Litros	R\$ 3,00 (1L)	R\$ 15,00
13	Presunto	10 KG	R\$ 20,00 (1KG)	R\$ 200,00
14	Mussa rela	10 KG	R\$ 17,50 (1KG)	R\$ 175,00
15	Sal	5 KG	R\$ 4,90 (1KG)	R\$ 24,50
16	Queijo parmesão	4 KG	R\$ 52,00 (1 KG)	R\$ 208,00
17	Orégano	1 KG	R\$ 37,00 (1 kg)	R\$ 37,00
18	Feijão	25 KG	R\$ 5,50 (1KG)	R\$ 177,50
19	Óleo de soja	20 unidades	R\$ 2,79 (1 garrafa 900 ML)	R\$ 55,80
20	Pimenta do reino	4 KG	R\$ 29,90 (1KG)	R\$ 119,60
21	Frango	12 KG	R\$ 9,89 (1KG)	R\$ 118,68
22	Rap 10 (massa)	80 unidades	R\$ 0,79 (1 UN)	R\$ 63,20
23	Feijão preto	25 KG	R\$ 6,00 (1KG)	R\$ 150,00

24	Costelinha de porco	15 KG	R\$16,00 (1KG)	R\$ 240,00
25	Orelha de porco	10 KG	R\$7,00 (1KG)	R\$ 70,00
26	Rabo de porco	10 KG	R\$14,00 (1KG)	R\$ 140,00
27	Carne seca	10 KG	R\$51,00 (1KG)	R\$ 510,00
25	Calabresa	10 KG	R\$17,00 (1KG)	R\$ 170,00
26	Limão	5 KG	R\$2,14 (1KG)	R\$ 10,70
27	Folha de louro	1,5 KG	R\$4,69 (0,100 KG)	R\$ 70,35
28	Guardanapo de papel	400 unidades	R\$ 1,75 (50 UN)	R\$ 14,00
29	Detergente líquido	10 unidades	R\$1,90	R\$ 19,00
30	Toucas descartáveis	100 unidades	R\$6,20 (100 UN)	R\$ 6,20
31	Luva descartável	22 pares	R\$ 2,58 (o par)	R\$ 56,76
32	Álcool gel	4 unidades	R\$ 14,90 (UN)	R\$ 59,70
33	Jaqueta para câmara fria	2 unidades	R\$ 68,40 (UN)	R\$ 136,80
34	Bota limpeza	5 pares	R\$27,00 (o par)	R\$ 135,00
35	Avental limpeza	5 unidades	R\$ 3,00 (UN)	R\$ 15,00
36	Luva ante corte	5 pares	R\$ 9,49 (o par)	R\$ 47,45
	<b>Total de estoques</b>			<b>R\$ 4.218,63</b>

Para a compra de matéria-prima, o valor necessário será de R\$ 4.218,63 para que a empresa possa operar.

#### B – Caixa mínimo

1º passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista(cartão)	60%	30	18
A vista(dinheiro)	40%	0	0
		<b>Prazo médio total</b>	<b>18 dias</b>

2º passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	50%	0	0
A prazo	50%	30	15
		Prazo médio total	15 dias

3º passo: Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

Estima-se que o estoque terá diferentes necessidades de permanência ou durabilidade de produtos, sendo assim, os produtos deverão ser analisados periodicamente, a fim de cobrir sua falta ou reposição por estrago, por exemplo. Porém foi estipulada a necessidade média de estoque de aproximadamente 05 dias.

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

	Número de dias
Recursos da Empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – Prazo médio das vendas	18 dias
2. Estoques – necessidade média de estoque	5 dias
Subtotal 1 (1+2)	<b>23 dias</b>
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio das compras	15 dias
Subtotal 2	<b>15 dias</b>
Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal 1 – subtotal 2)	<b>8 dias</b>

B – Caixa mínimo Representa a reserva em dinheiro necessária para que a empresa

1. Custo fixo mensal	R\$ 11.723,95
----------------------	---------------

2. Custo variável mensal	R\$ 37.338,30 [Materiais diretos (R\$ 31.952,50) + Comercialização (R\$ 5.379,80)]
3. Custo total da empresa (1+2)	R\$ 49.056,25
4. Custo total diário (item 3/ 30 dias)	R\$ 1.635,21
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (quadro anterior)	8 dias
Total de B – Caixa mínimo (item 4x5)	R\$ 13.081,67

A partir dos dados fornecidos acima, o caixa mínimo necessário para a cobertura dos custos da empresa para um período de 8 dias é de R\$ R\$ 13.081,67.

#### Resumo do capital de Giro

Investimentos Financeiros	R\$
A – Estoque Inicial	R\$ 4.218,63
B – Caixa mínimo	R\$ 13.081,67
<b>Total do capital de giro</b>	<b>R\$ 17.300,30</b>

#### 3.9.3 – Investimentos pré-operacionais

<b>INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS</b>	<b>R\$</b>
Despesas de legalização	R\$ 2.050,00
Obras ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação	R\$ 1.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 0,00
Total	R\$ 3.050,00

#### 3.9.4 Investimento total (resumo)

<b>Descrição dos Investimentos</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>(%)</b>
1. Investimentos Fixos	R\$ 20.685,66	50,41

2. Capital de Giro	<b>R\$ 17.300,30</b>	42,13
3. Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 3.050,00	7,43
Total (1+2+3)	<b>R\$ 41.035,96</b>	<b>100</b>
<b>FONTES DE RECURSOS</b>		
	<b>Valor R\$</b>	<b>(%)</b>
1. Recursos próprios	<b>R\$ 41.035,96</b>	100
2. Recursos de Terceiros	R\$ 0,00	0
3. Outros	R\$ 0,00	0
Total (1+2+3)	<b>R\$ 41.035,96</b>	<b>100</b>

### 3.10. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

#### 3.10.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

<b>ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA</b>			
<b>Produto</b>	<b>Quantidade (Estimativa de Vendas)</b>	<b>Preço de Venda Unitário (em R\$)</b>	<b>Faturamento Total (em R\$)</b>
<b>1-Paella</b>	325	R\$ 69,90	R\$22.717,5
<b>2-Bruschetta</b>	325	R\$ 59,90	R\$19.467,5
<b>3-Feijoada</b>	450	R\$ 34,00	R\$15.300,00
<b>4-Burrito</b>	450	R\$ 33,90	R\$15.255,00
<b>TOTAL</b>	<b>1550</b>		<b>R\$ 72.740,00</b>

### 3.10.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto

O valor de R\$72.740,00 é receita obtida pela venda dos pratos considerados.

O custo será calculado com base em um prato principal por país: Paella, Bruschetta, Feijoada, Burrito.

#### Produto 1:

<b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>			
<b>Produto: Paella</b>			
<b>Material/Insumos utilizados</b>	<b>Quantidade Necessária</b>	<b>Custo (Uma porção)</b>	<b>TOTAL (10 Unidades)</b>
<b>Azeite</b>	0,05 kg	0,08	0,80
<b>Pimentão Vermelho</b>	0,15 kg	0,07	0,74
<b>Alho</b>	0,01 kg	0,008	0,08
<b>Camarão</b>	0,50 kg	5,90	59,00
<b>Lula</b>	1,00 kg	7,25	72,48
<b>Vôngole</b>	1,00 kg	3,20	32,0
<b>Mexilhão</b>	0,50 kg	0,80	8,00
<b>Cebola</b>	0,25 kg	0,15	1,50
<b>Arroz</b>	0,06 kg	0,33	3,30
<b>Camarão Pistola</b>	0,50 kg	9,75	97,50
<b>Açafrão</b>	0,10 kg	0,13	1,30
<b>Lagostim</b>	0,60 kg	9,90	99,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 37,57</b>	<b>R\$ 375,69</b>

#### Calcular o custo variável mensal

$$R\$ 37,57 * 325 = R\$ 12.210,25$$

#### Produto 2:

<b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>
--------------------------------------------

<b>Bruschetta</b>			
<b>Material/Insumos utilizados</b>	<b>Quantidade Necessária</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Tomate sem semente</b>	0,14 kg	0,84	0,84
<b>Cebola</b>	0,13 kg	0,39	0,39
<b>Ovos</b>	0,16 un	1,12	1,12
<b>Creme de leite</b>	0,60 ml	1,50	1,50
<b>Leite</b>	0,06 ml	0,18	0,18
<b>Presunto</b>	0,10 kg	0,90	0,90
<b>Mussa rela</b>	0,25 g	4,38	4,38
<b>Sal</b>	0,02 ml	0,05	0,05
<b>Queijo Parmesão</b>	1,00 g	8,79	8,79
<b>Orégano</b>	0,50 g	1,92	1,92
<b>Azeite</b>	0,05 g	0,85	0,85
<b>Pão Italiano</b>	1,00 un	9,00	9,00
<b>TOTAL</b>		<b>29,91</b>	29,91

**Calcular o custo variável mensal**

$$\text{R\$ } 29,91 * 325 = \text{R\$ } 9.720,75$$

**Produto 3:**

<b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>			
<b>Feijoada</b>			
<b>Material/Insumos utilizados</b>	<b>Quantidade Necessária</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>TOTAL</b>
<b>linguiças: calabresa defumada, paio e portuguesa</b>	1k	2,5	13,00
<b>lombo defumado</b>	250g	1,4	7,00
<b>porco dessalgado</b>	1 un	0,8	4,00
<b>porco dessalgado</b>	1 un	0,6	3,00
<b>porco dessalgada</b>	1 un	0,6	3,00

<b>costelinha de porco dessalgada</b>	250g	2	10,00
<b>carne seca dessalgada e cortada em cubos</b>	250g	2,4	12,00
<b>óleo de soja</b>	100ml	0,74	3,80
<b>dentes de alho picado</b>	5 un	0,5	2,50
<b>cebola média picada</b>	1 un	0,16	0,80
<b>TOTAL</b>		<b>11,70</b>	<b>59,1</b>

**Calcular o custo variável mensal**

$$\text{R\$ } 11,70 * 450 = \text{R\$ } 5.265,00$$

**Produto 4:**

<b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>			
<b>Burrito</b>			
<b>Material/Insumos utilizados</b>	<b>Quantidade Necessária</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>TOTAL</b>
Cebola	0,01 kg		0,04
Feijão	0,60 kg		3,30
Óleo	0,02 ml		0,06
Pimenta do reino	0,01 kg		0,27
alho	0,01 kg		0,07
Queijo parmesão	0,45 kg		38,63
Rap 10	1,00 un		7,89
frango	0,25 kg		2,47
Molho de tomate	0,75 kg		1,04
<b>TOTAL</b>			<b>53,77</b>

**Calcular o custo variável mensal**

$$\text{R\$ } 10,57 * 450 = \text{R\$ } 4.756,50$$

3.10.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa

<b>FUNÇÃO</b>	<b>Quant.</b>	<b>SALÁRIO MENSAL</b>	<b>(%) DE ENCARGOS SOCIAIS</b>	<b>ENCARGOS SOCIAIS R\$</b>	<b>TOTAL R\$</b>
1. Garçom	1	R\$1.251,37	33%	R\$ 412,45	R\$ 1663,82
2. Atendente	1	R\$1.426,00	33	R\$ 470,58	R\$ 1896,58
3. Auxiliar	1	R\$1.216,96	33	R\$ 401,59	R\$ 1.618,55
<b>TOTAL</b>		<b>R\$3.894,33</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 1.284,62</b>	<b>R\$ 5.178,95</b>

<b>CUSTOS FIXOS</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Encargos	R\$ 5.178,95
Água	R\$ 400,00
Luz	R\$ 850,00
Internet	R\$ 90,00
Telefone	R\$ 70,00
Aluguel	R\$ 3.000,00
Limpeza	R\$ 300,00
Aluguel Máquina de Cartão	R\$ 200,00
IPTU	R\$ 85,00
Depreciação	R\$ 50,00
Gás	R\$ 1.500,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 11.723,95</b>
<b>Custo fixo unitário</b>	<b>R\$ 7,56</b>

#### 3.10.4. Margem de Contribuição Unitária

Produto 1: Paella

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 73,00

Custos variáveis unitários	R\$ 37,57
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 35,43</b>

Produto 2: Bruschetta

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 59,90
Custos variáveis unitários	R\$ 29,91
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 29,99</b>

Produto 3: Feijoada

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 34,00
Custos variáveis unitários	R\$ 11,75
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 22,25</b>

Produto 4: Burrito

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 33,90
Custos variáveis unitários	R\$ 10,76
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 23,23</b>

### 3.10.5 – Estimativa dos custos de comercialização

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL (R\$)
<b>1. IMPOSTOS</b>			
Simplex	6,94	\$45.071,28	\$3.126,77
<b>2. GASTOS COM VENDAS</b>			
Taxa de administração do	5		\$2.253,56

cartão de crédito			
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 5.380,33</b>

<b>RATEIO CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO</b>			
<b>Produto</b>	<b>% Faturamento</b>	<b>Custo de comercialização</b>	<b>CC Unitário</b>
Paella	31,23%	R\$ 1.680,28	R\$ 5,17
Bruschetta	26,76%	R\$ 1.439,78	R\$ 4,43
Feijoada	21,03%	R\$ 1.131,48	R\$ 2,51
Burrito	20,97%	R\$ 1.128,26	R\$ 2,51

### 3.10.6 Custo total

#### 3.10.6.1 Custo total unitário

Itens: Paella	Valor
Custo variável unitário	R\$ 37,57
Custo fixo unitário	R\$ 7,56
Custo de comercialização unitário	R\$ 5,17
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 50,03</b>

Itens Bruschetta	Valor
Custo variável unitário	R\$ 29,91
Custo fixo unitário	R\$ 7,56
Custo de comercialização unitário	R\$ 4,43
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 41,18</b>

Itens: Feijoada	Valor
Custo variável unitário	R\$ 11,75
Custo fixo unitário	R\$ 7,56
Custo de comercialização unitário	R\$ 2,51
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 21,82</b>

Itens: Burrito	Valor
----------------	-------

Custo variável unitário	R\$ 10,76
Custo fixo unitário	R\$ 7,56
Custo de comercialização unitário	R\$ 2,51
TOTAL	R\$ 20,83

#### 3.10.6.1.1 Preço de venda unitário

Item Paella	Valores
Custo total unitário	R\$ 50,03
Margem de Lucro %	% 28,43
Total:	R\$ 69,90

Item Bruschetta	Valores
Custo total unitário	R\$ 41,18
Margem de Lucro %	% 31,25
Total:	R\$ 59,90

Item Feijoada	Valores
Custo total unitário	R\$ 21,82
Margem de Lucro %	% 35,82
Total:	R\$ 34,00

Item Burrito	Valores
Custo total unitário	R\$ 20,83
Margem de Lucro %	% 38,55
Total:	R\$ 33,90

#### 3.10.6.2 Custo total dos itens (por mês)

DESCRIÇÃO	R\$
Custo total com materiais diretos (Custo variável)	R\$ 31.952,50

Custo de comercialização total	R\$ 5.379,80
Custos fixos totais	R\$ 11.723,95
<b>Custo total</b>	<b>R\$ 49.056,25</b>

### 3.10.7 Demonstrativo de resultados

ITENS	DESCRIÇÃO	R\$	(%)
	Receita total com vendas	72.740,00	100
	(-) Custos totais	R\$ 49.056,25	67,44
	<b>LUCRO DO PERÍODO</b>	<b>23.683,75</b>	<b>32,56</b>

### 3.10.8 Ponto de Equilíbrio

Custo fixo: 11.723,95

Margem de contribuição:  $RT - CV / RT$

Margem de contribuição:  $72.740 - 37.338,30 / 72.740 = 0.486688205$

$PE = 11.723,95 / 0.486688205 = 24.089,24$

O valor de R\$ 24.089,24 é o ponto de equilíbrio da empresa para que não haja lucro ou prejuízo. Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$ 24.089,24 ao mês para cobrir todos os seus custos.

## 3.11 INDICADORES FINANCEIROS

### 3.11.1 Lucratividade

23.683,75= Lucro

72.740,00= Receita total

Lucratividade =  $23.683,75 / 72.740 \times 100 = 32,56\%$

### 3.11.2 Rentabilidade

23.683,75= Lucro

R\$ 41.035,96= Investimento total

Rentabilidade  $\frac{23.683,75}{41.035,96} \times 100 = 57,71\%$

### 3.11.3 Prazo de retorno do investimento

R\$ 41.035,96= Investimento total

23.683,75= Lucro

Prazo de retorno =  $41.035,96/23.683,75= 1,73$  anos

Isso significa que, em aproximadamente 2 anos após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a criação do negócio.

## 3.12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

	<b>Fatores Internos (Controláveis)</b>	<b>Fatores Externos (Incontroláveis)</b>
<b>Pontos Fortes</b>	<p><b>Forças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Variedade de Cardápios: Por serem variados os Cardápios, conseguimos adaptar, ao gosto diferenciado dos clientes. Por apresentarmos pratos típicos de várias nacionalidades, tais como: Itália, México, Brasil, Estados Unidos, agradamos a todo tipo de paladar.</li> <li>•Ambiente Temático: O Ambiente irá se modificar a cada troca de nacionalidade (Bandeira do País, Músicas Típicas, etc.) tornando assim, a experiência mais agradável.</li> <li>•Facilidade de Acesso: O Cliente poderá reservar a sua mesa pela internet, com pelo menos 30 minutos de antecedência, para que não fique esperando em filas.</li> <li>•Entretenimento: No local, o cliente poderá fazer sua refeição ouvindo músicas típicas do país.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Produto Novo: Podemos mostrar algo diferente no mercado regional, por renovar o cardápio diário e semanalmente, atraindo assim clientes de todos os gostos, que prezam por se reunir com a família, principalmente em lugares aconchegantes.</li> <li>•Penetração de Mercado rápida: pela experimentação de novos padrões de consumo.</li> <li>•Unicidade de Mercado: Concorrência conceitual inexistente.</li> </ul>

<p><b>Pontos Fracos</b></p>	<p><b>Fraquezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes Estrangeiros: Em relação ao atendimento a clientes que falam outro idioma, a não ser o português, podemos deixar a desejar se não formos claros ao se dirigir ao cliente, de modo que o mesmo entenda. Também cada país tem um costume diferente, desde o modo como se cumprimenta até o modo como se veste, e isso pode vir a se tornar um ponto fraco se não levado em consideração.</li> </ul>	<p><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência Direta: Nossos concorrentes podem decidir criar pratos semelhantes ao nosso, e introduzi-los no Cardápio.</li> <li>• Gosto dos clientes: Alguns pratos são bem mais requisitados que outros, e isso pode ter reflexo no lucro, e talvez seja necessário diminuir ou retirar um prato do cardápio, ou até mesmo todos os pratos referentes àquela nacionalidade. Ou se servirmos algo que já é comum na região, como por exemplo: Pratos Orientais podem ter um lucro menor do que o esperado, por conta da concorrência ser alta.</li> </ul>
-----------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Conclusão da Análise SWOT:**

Conclui-se que modelo de negócio é viável, existe público, mercado consumidor. Entretanto, serão necessários alguns ajustes, a fim de adequar o negócio ao público alvo.

Foi identificado que algumas culturas gastronômicas são inviáveis por ter grande número de estabelecimentos oferecendo o serviço.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A praticidade é um assunto amplo e complexo, principalmente quando nos referimos à gastronomia. Referente a este trabalho, a praticidade vem no aspecto cultural e gastronômico, sendo esta, talvez a maior incógnita encontrada no ramo gastronômico regional.

O referido trabalho teve como principal finalidade identificar além do quesito supracitado, outras duas principais necessidades a serem supridas no ramo gastronômico. Em um breve levantamento foram identificadas duas carências que mais necessitam de uma resolução, a diversidade culinária e a excelência no atendimento.

A diversidade culinária abordada neste trabalho é de suma importância não só para a população em geral, mas também, para a economia regional, pois também impulsionaria a cidade a receber novos visitantes/turistas que carregam consigo a curiosidade de conhecer novas culturas através da culinária de países diferentes.

De acordo com pesquisa de mercado realizada é viável a criação de uma nova empresa na cidade de Tupã com o intuito de preencher as lacunas identificadas no ramo: sabores de diferentes países em um único local.

## REFERÊNCIAS

RIBEIRO, H. **Qualidade de atendimento e a satisfação dos clientes da EITEC automação**. Administradores. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/qualidade-de-atendimento-e-a-satisfacao-dos-clientes-da-etitec-automacao/24371/>>. Acesso em: 16 de Fevereiro de 2019.

RIBEIRO, L. **Cliente quer praticidade**. Cliente SA. Disponível em: <<https://www.clientesa.com.br/gestao/53366/cliente-quer-praticidade/ler.aspx>>. Acesso em: 16 de Fevereiro de 2019.

## **APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA**

### **CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE SABORES DO MUNDO**

1. Alan Charles Catalan da Silva, brasileiro, natural de São Paulo/SP, solteiro, nascido em 09/10/1990, auxiliar de escritório, portadora do documento de identidade RG 55.322.021-4 SSP/SP e do CPF 464.581.768-05, residente e domiciliado à Rua Shoji Ishibashi nº 328, Bairro Parque das Nações, CEP: 17.600-030 na cidade de Tupã, Estado de São Paulo.
2. Anderson Nunes dos Santos, brasileiro, natural de São Paulo/SP, solteiro, nascido em 09/10/1990, auxiliar de escritório, portadora do documento de identidade RG 49.771.461-9 SSP/SP e do CPF 425.709.418.40, residente e domiciliado à Rua Nestor de Barros nº 186, Bairro Tufic Baracat, CEP: 17.600-030 na cidade de Tupã, Estado de São Paulo.
3. Igor Massakazu Kokue, brasileiro, natural de São Paulo/SP, solteiro, nascido em 09/10/1990, auxiliar de escritório, portadora do documento de identidade RG 55.322.021-4 SSP/SP e do CPF 464.581.768-05, residente e domiciliado à Rua Shoji Ishibashi nº 328, Bairro Parque das Nações, CEP: 17.600-030 na cidade de Tupã, Estado de São Paulo.
4. Lélío Mestrinheri, brasileiro, natural de São Paulo/SP, solteiro, nascido em 09/10/1990, auxiliar de escritório, portadora do documento de identidade RG 56.816.924-4 SSP/SP e do CPF 488.391.828-96, residente e domiciliado à Rua Shoji Ishibashi nº 328, Bairro Parque das Nações, CEP: 17.600-030 na cidade de Tupã, Estado de São Paulo.
4. Lucas de Souza, brasileiro, natural de Tupã/SP, solteiro, nascido em 13/03/1996, auxiliar de escritório, portadora do documento de identidade RG 49.835.007-1 SSP/SP e do CPF 443.585.528-38, residente e domiciliado à Rua Potiguaras nº 721, Bairro Centro, CEP: 17.600-030 na cidade de Tupã, Estado de São Paulo.
6. Luiz Henrique Carpanezi Camargo, brasileiro, natural de São Carlos/SP, solteiro, nascido em 09/10/1990, auxiliar de escritório, portadora do documento de identidade RG 42.169.609-6 SSP/SP e do CPF 424,368.878-88, residente e domiciliado à Rua Av. Comerciante Manoel Motta nº 210, Bairro Parque São Pedro, CEP: 17.602.266 na cidade de Tupã, Estado de São Paulo.
7. Thiago Francis dos Santos, brasileiro, natural de São Carlos/SP, solteiro, nascido em 09/10/1990, auxiliar de escritório, portadora do documento de identidade RG 42.169.609-6 SSP/SP e do CPF 424,368.878-88, residente e domiciliado à Rua

Av. Comerciante Manoel Motta nº 210, Bairro Parque São Pedro, CEP: 17.602.266 na cidade de Tupã, Estado de São Paulo, constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Sabores do mundo EPP e terá sede e domicílio no Parque universitário II nº500, Bairro Centro, CEP: 17.609.637 na cidade de Tupã, estado de São Paulo.

2ª O capital social será R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais (dividido em 140.000 quotas de valor nominal R\$ 1,00 (um real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Alan Charles Catalan da Silva - 20.000 cotas - R\$ 20.000,00,

Lucas de Souza - 20.000 cotas - R\$ 20.000,00,

Igor Massakazu Kokue - 20.000 cotas - R\$ 20.000,00,

Luiz Henrique Carpanezi Camargo - 20.000 cotas - R\$ 20.000,00,

Anderson Nunes dos Santos - 20.000 cotas - R\$ 20.000,00,

Thiago Francis dos Santos - 20.000 cotas - R\$ 20.000,00,

Lélio Mestrinheri - 20.000 cotas - R\$ 20.000,00.

3ª O objeto será o restaurante Sabores do mundo.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 10/06/2020 e seu prazo de duração é indeterminado.

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

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá Luiz Henrique Carpanezi Camargo com os poderes e atribuições de administrador autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

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

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

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

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

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

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

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

14 Fica eleito o foro de Tupã – São Paulo para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 03 vias.

Tupã, 18 de junho de 2019

---

Alan Charles Catalan da Silva

---

Lucas de Souza

---

Igor Massakazu Kokue

---

Luiz Henrique Carpanezi Camargo

---

Anderson Nunes dos Santos

---

Thiago Francis dos Santos

---

Lélio Mestrinheri

Visto: \_\_\_\_\_ (OAB/SP)

Nome

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC  
PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

1. Quais tipos de comida você consome?

- A Mexicana
- B italiana
- C japonesa
- D espanhola
- E outros

**2. Faixa etária**

- A 15 A 20 anos
- B 21 A 30 anos
- C 31 A 40 anos
- D Acima de 40 anos

**3. Você já frequentou algum restaurante que oferece pratos de diferentes países**

- A Sim
- B não

**4. Qual período costuma frequentar um restaurante?**

- A manhã
- B noite

**5. Com quem frequenta restaurantes regularmente? (Assinale quantas alternativas julgar necessárias).**

- A família
- B amigos
- C namorado (a)
- D sozinho
- E não frequento

**6. Quais tipos de bebidas consome para acompanhar um prato?**

- A cerveja
- B vinho
- C refrigerante
- D outros

**7. Que tipos de serviço você prefere?**

- A delivery (entrega)
- B self service (se servir)
- C rodizio
- D a lá carte (prato entregue na mesa)
- E outros

**8. Você utilizaria os serviços de rodizio de bebidas?**

- A sempre
- B as vezes

C nunca

**9. Qual valor costuma gastar por pessoa quando frequenta um restaurante?**

A \$20 - \$30 Reais

B \$40 - \$50 Reais

C Acima de \$50 Reais

**10. Como você prefere avaliar o atendimento prestado pelo estabelecimento?**

A online

B ao receber o prato (papelzinho)

C caixinha de sugestões

D redes sociais

E outros

## APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

