



RICARDO LAURINDO DOS SANTOS

PLANO DE NEGÓCIO RESTAURANTE GRILL COLONIAL

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getulio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal

Orientador

Curitiba – PR

2019

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Plano de Negócio Restaurante Grill Colonial**, elaborado por Ricardo Laurindo dos Santos e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Curitiba, Data

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal

Orientadora

DECLARAÇÃO

A empresa RESTAURANTE REPUBLICA, representada neste documento pelo Sr.(a) Rodrigo de Souza, Sócio Gerente, autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Plano de Negócio Restaurante GRILL COLONIAL, realizados pelo aluno Ricardo Laurindo dos Santos, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Curitiba, 22/03/2019.

Rodrigo de Souza

Sócio Gerente

RESTAURANTE REPUBLICA

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno Ricardo Laurindo dos Santos, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma 3/17, do curso de Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição Instituto Superior de Administração e Economia ISAE/FGV, no período de Junho de 2017 a Fevereiro de 2019, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Plano de Negócio Restaurante Grill Colonial é autêntico e original.

Curitiba, 22 de Março de 2019.

Ricardo Laurindo dos Santos

Agradeço primeiramente à Deus, por tudo que sou e tenho,
À minha família, por todo apoio e ajuda, aos professores por todo ensinamento
À orientadora Denise pela ajuda, e ao Banco Itaú pelo patrocínio.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, por tudo que sou e tenho,
À minha família, por todo apoio e ajuda, aos professores por todo ensinamento
À orientadora Denise pela ajuda, e ao Banco Itaú pelo patrocínio.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma de Atendimento ao Cliente Restaurante Grill Colonial.....	35
Figura 2 - Fluxograma de Preparação das Refeições do Restaurante Grill Colonial	35
Figura 3 - Organograma da Estrutura Organizacional.....	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Identificação de Oportunidades.....	13
Tabela 2 - Produtos.....	24
Tabela 3 - Análise SWOT Restaurante Grill Colonial	27
Tabela 4 - Produtos e Preços	31
Tabela 5 - Ações e Tarefas de Marketing.....	33
Tabela 6 - Plano de Marketing	36
Tabela 7 - Identificação dos Sócios.....	37
Tabela 8- Quadro de Funcionários	39
Tabela 9 - Remuneração dos Funcionários.....	40
Tabela 10 - Demais Recursos Necessários	41
Tabela 11 - Fornecedores do Restaurante Grill Colonial	41
Tabela 12 - Investimento Inicial.....	43
Tabela 13 - Custos Variáveis Mensais	45
Tabela 14 - Custos Fixos Mensais.....	45
Tabela 15 - Custos com Mão de Obra	46
Tabela 16 - Custos Totais de Despesas Mensais	47
Tabela 17 - Projeção de Vendas Mensal	48
Tabela 18 - Fluxo de Caixa Mensal 1 Ano.....	49
Tabela 19 - Projeção Fluxo de Caixa Anual.....	50

Sumário

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	11
1.1 INTRODUÇÃO.....	14
2. A EMPRESA – RESTAURANTE GRILL COLONIAL	15
2.1 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO.....	15
2.2 SOLUÇÃO E HISTÓRICO	15
2.3 MISSÃO.....	16
2.4 VISÃO	16
2.5 VALORES.....	16
2.6 OBJETIVO	16
2.7 ESTRATÉGIAS E VANTAGENS COMPETITIVAS	17
2.8 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA	17
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	18
3.1 ANÁLISE SETORIAL.....	19
3.2. ANÁLISE DA DEMANDA.....	20
3.2.1 IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO ALVO:.....	21
3.2.2 IDENTIFICAÇÃO DOS CLIENTES:	21
3.2.3 SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES:.....	22
3.2.4 TAMANHO DO MERCADO ATUAL:	22
3.3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	23
4. OFERTA DA EMPRESA	23
4.1. PRODUTOS E SERVIÇOS	24
4.2 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	24
4.3 DIFERENCIAL PERANTE A CONCORRÊNCIA	25
4.3 SISTEMA DE QUALIDADE	25
4.4 METAS.....	25

5. ANÁLISE ESTRATÉGICA	26
5.1 AMBIENTE EXTERNO	26
5.2 AMBIENTE INTERNO	26
5.3 ANÁLISE SWOT	26
5.3.1 PONTOS FORTES:	27
5.3.2 PONTOS FRACOS:	28
5.3.3 OPORTUNIDADES:	28
5.3.4 AMEAÇAS:	28
5.3.5 AÇÕES DE POTENCIALIZAÇÃO DOS PONTOS FORTES:	28
5.3.6 AÇÕES DE RECONDUÇÃO DOS PONTOS FRACOS:	29
5.3.7 APROVEITAMENTO DAS OPORTUNIDADES:	29
5.3.8 PROTEÇÃO CONTRA AS AMEAÇAS:	29
5.3.9 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO:	29
6. PLANO DE MARKETING	29
6.1 PRODUTO	30
6.2 POLÍTICA DE PREÇOS:	30
6.3 PROMOÇÕES:	31
6.4 CAMPANHA PUBLICITÁRIA:	31
6.5 DISTRIBUIÇÃO:	32
6.6 PÓS-VENDA:	33
6.7 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE:	35
6.8 FLUXOGRAMA DE PREPARAÇÃO DAS REFEIÇÕES:	35
6.9 PLANO DE MARKETING:	36
7. PLANO OPERACIONAL	37
7.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	37
7.2 ORGANOGRAMA DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	38
7.3 PLANO DE RECURSOS HUMANOS NECESSÁRIOS:	38
7.4 QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:	39

7.5 REMUNERAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS:	40
7.6 DEMAIS RECURSOS:	40
7.7 FORNECEDORES DO RESTAURANTE GRILL COLONIAL	41
8. PLANO FINANCEIRO	42
8.1 PLANO FINANCEIRO RESTAURANTE GRILL COLONIAL:	42
8.2 INVESTIMENTO INICIAL:	42
8.3 CUSTOS	43
8.3.1 CUSTOS VARIÁVEIS MENS AIS:.....	44
8.3.2 CUSTOS FIXOS MENS AIS:.....	45
8.3.3 CUSTOS COM MÃO DE OBRA:.....	46
8.3.4 CUSTOS TOTAIS MENS AIS:.....	47
8.4 VENDAS	47
8.5 FLUXO CAIXA MENSAL 1 ANO	48
8.6 FLUXO CAIXA ANUAL	50
8.7. ANÁLISE DE VIABILIDADE	51
8.7.1 RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)	51
8.7.2 VPL.....	51
8.7.3 TIR.....	51
8.7.4 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	52
9. CONCLUSÃO	53
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Trabalho destina-se a conclusão do curso de MBA da Fundação Getúlio Vargas, tendo como objetivo a elaboração de um Plano de Negócios, que visa viabilizar a abertura de uma sociedade limitada, um projeto de empreendimento na área de alimentação, sendo um restaurante no centro da cidade de Curitiba, no estado do Paraná, Restaurante **GRILL COLONIAL**, suprimindo uma demanda por uma refeição de qualidade e preço justo, obtendo lucro com clientes de poder aquisitivo baixo e médio que trabalham ou circulam pela região central de Curitiba, buscando maior satisfação e fidelização dos mesmos. Procurando se diferenciar dos demais pela qualidade, um preço mais justo e atraente, com um ambiente mais atrativo e convidativo, buffet variado, opção de grelhados, com carnes bovinas, suínas, de frango e peixes, também com um mini buffet de comida japonesa, comida e pratos light para pessoas em dieta. Serão oferecidos serviços de alimentação, almoço com buffet diversificado, grill com carnes bovinas, suínas, aves e peixes, bebidas variadas, sucos, refrigerantes, vinhos, cervejas, água, mini buffet com comida japonesa, pratos especiais para dietas, sobremesas, saladas variadas conforme época do ano. Com opções de ala carte. Como diferencial será a qualidade empregada nos pratos, preço atrativo, ambiente diferenciado, atendimento diferenciado, serão diversificados os pratos todos os dias, utilizando de 8 a 10 pratos quentes, mudando todos os dias, 8 a 10 tipos de saladas, 6 a 8 tipos de carnes no Grill, sendo 2 de carnes bovinas, 1 tipo de carne suína, 1 peixe, 1 frango, pelo menos. Bebidas diversas, com refrigerantes e sucos de diferentes tipos, marcas e sabores, carta de vinhos, cervejas, dentre outras. Hoje existe uma quantidade grande de restaurantes na região central de Curitiba que oferecem serviços parecidos, mais especificamente na região onde se pretende instalar são cerca de 4 restaurantes, mais não com a mesma qualidade pretendida, como o ambiente pretendido e o preço pretendido. Tendo como principal objetivo realizar diagnóstico do ambiente, de mercado, definição do negócio, marketing, recursos humanos, plano financeiro, para demonstrar viabilidade do empreendimento, buscando maior possibilidade de sucesso do mesmo, reduzindo os riscos.

O Investimento inicial será de R\$ 105.865,00, Divididos entre reforma do local, moveis, maquinário, equipamentos, sistema e primeiro estoque. O Ponto de equilíbrio é o valor onde a empresa não terá lucro, nem prejuízo, sendo uma informação gerencial importante, que vai ajudar a identificar se o nível de vendas está sendo o suficiente para cobrir os custos das despesas. Para encontrarmos o Ponto de Equilíbrio, vamos pegar o valor total dos custos fixos, dividirmos pela margem de contribuição(quanto sobra da receita obtida com vendas dos produtos e serviço para pagar os custos fixos e ter lucro, após o pagamentos dos custos e despesas), e multiplicarmos pelo faturamento, achando assim o ponto de equilíbrio do restaurante **GRILL COLONIAL**, em 7.585,24. O Retorno do Capital Investido (*Payback*) será de 8 meses, demonstrando ser um investimento muito atrativo, visto que seu retorno do capital aplicado será em menos de 1 ano, conforme demonstrado neste plano de Negócio. Para encontrarmos o tempo de retorno do capital investido, usamos o PAYBACK, geralmente usado como referência para calcular o risco, servindo para apoio para a tomada de decisão de investimento ou não, onde pegamos o capital inicial investido, e dividimos pelo Lucro Líquido projetado, e no caso do restaurante GRILL COLONIAL, chegamos ao resultado de 7,21, conforme abaixo, onde com 8 meses será possível já ter o retorno do capital investido. Demonstrando ser um investimento muito atrativo, visto que o retorno do capital investido será em menos de um ano. O VPL(Valor Presente Líquido), com um custo de capital usado a taxa SELIC atual de 6,5% a.a., a esta taxa o valor presente líquido do projeto restaurante GRILL COLONIAL, seria positivo em 59.506,79, já no 1 ano, reforçando a viabilidade do empreendimento, do investimento, provando a atratividade do projeto. A TIR é a taxa interna de retorno, que zera o valor presente líquido, ponto onde não se têm lucro, mais também não se tem prejuízo. A TIR do empreendimento Restaurante GRILL COLONIAL, ficou em 66,36%, acima da taxa da taxa de atratividade.

O Empreendimento Restaurante GRILL COLONIAL, demonstrou ser um ótimo investimento, considerando o estudo financeiro, onde o retorno será em menos de 1ano, em 8 meses, tendo um VPL positivo, e o comercio de alimentação é um dos mais rentáveis, tendo uma demanda grande, mercado, público, com foco na fidelização de clientes, sendo possível montar uma boa base de clientes rápido, com fluxo variado, diversificado e constante pela região onde o mesmo vai estar instalado, e com grandes

garantias de sucesso, visto histórico do ramo, aposta certa e garantida com certeza. Segundo o Sebrae, o setor de Bares e Restaurantes, de serviços de alimentação, é um dos mais rentáveis e que mais crescem, com um crescimento anual acima dos 10%, decidindo como resposta final “GO”(Sim para o investimento).

Na Tabela abaixo, foi feita uma análise, entre duas possibilidades para o empreendimento, a opção 1 com o Restaurante no modelo Buffet, e a opção 2 com Disk entrega, mais conforme demonstrado abaixo, optou-se pela primeira.

Tabela 01 – Identificação de Oportunidades

Aspectos que Explicam a Escolha	Opção 1: Restaurante Grill Colonia	Opção 2: Disk Churrasco em Casa
1-Aspectos do Mercado		
Deficiência de Qualidade	7	7
Insuficiência de Qualidade	7	7
Potencial de Demanda	9	5
2-Aspectos do Indivíduo		
Experiência Familiar/Pessoal	0	0
Afinidade Habilidade	6	5
3-Aspectos da Empresa		
Interesse na Oportunidade	9	6
Experiencia na atividade/capacidade tecnica	7	5
Financeira	9	6
4-Aspectos Institucionais		
Incentivos Fiscais	1	1
Incentivos Creditícios	1	1
Incentivos Legais	1	1
Resultado Acumulado	67	44

Tabela 1 - Identificação de Oportunidades

1.1 INTRODUÇÃO

Com a ideia inicial de investir em um negócio que fosse rentável, atrativo e tivesse uma perspectiva de vida de médio a longo prazo, foi realizada uma pesquisa para se verificar as possibilidades de empreendimentos que se enquadrassem nessas características e que não exigissem um investimento inicial muito alto. Verificou-se que o setor de serviços de alimentação é um dos mais rentáveis em termos de lucratividade, um dos que mais cresceram nos últimos anos e que em média mais conseguem se manter por prazos maiores, dentro dessa área constatou-se que o setor que mais se enquadrava nessas premissas eram os restaurantes. A Partir daí surgiu a necessidade de se realizar um plano de Negócio para verificar e se confirmar a viabilidade do negócio, e no decorrer desse plano serão apresentadas a estrutura pretendida, os produtos e serviços oferecidos, a estrutura organizacional, os requisitos necessários, o plano financeiro, demonstrando o investimento necessário, o prazo de retorno, o valor presente líquido do investimento, a taxa de retorno do investimento, a atratividade, ponto de equilíbrio, a estrutura operacional, dentre outros, o passo a passo para implementação do mesmo.

2. A Empresa – Restaurante Grill Colonial

2.1 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

O Negócio, empreendimento, será um restaurante, de nível, tamanho médio, com Buffet, Grill, do Setor Alimentício, de restaurantes, uma sociedade limitada, na área de serviços alimentação, sendo um restaurante no centro da cidade de Curitiba, no estado do Paraná, suprimindo uma demanda por uma refeição de qualidade, preço atrativo, e ambiente agradável, obtendo lucro da clientela de baixo e médio poder aquisitivo que trabalha ou circula pela região central de Curitiba, buscando maior satisfação e fidelização dos mesmos. Procurando se diferenciar dos demais pela qualidade, um preço mais justo, competitivo e atraente, com um ambiente mais atrativo e convidativo, buffet variado, opção de grelhados, com carnes nobres bovinas, suínas, de frango e peixes, também com um mini buffet de comida japonesa, comida e pratos light para pessoas em dieta, com algumas opções de comidas coloniais, como polentas caseiras, virados caseiros, misturas de ovos com carnes, dentre outros. Um lugar onde o cliente realmente sinta vontade de ir todos os dias.

2.2 SOLUÇÃO E HISTÓRICO

O negócio será um comércio na área de alimentação, um restaurante, A ideia surgiu de montar um negócio que fosse rentável, que desse uma margem boa de lucro, e após conversas com outras pessoas, pesquisas, que relataram que em Curitiba a área de alimentação é a que mais cresce, tendo uma grande demanda por refeições fora, principalmente na região central, sendo uma ótima oportunidade de investimento, conforme será demonstrado no decorrer deste plano de Negócio, com planejamento para implantação em 1 ano. Os sócios têm formação Superior, sendo formados em Economia e Bacharelado em Sistemas de Informações, com MBA em Gestão Estratégica de Empresas, será contratado um gerente com experiência no ramo, cozinheiras também com experiência no ramo, será feita mais uma pesquisa com os potenciais clientes da região para descobrir o que eles procuram em um restaurante, o que eles não gostam dos restaurantes da região, dentre outros.

2.3 MISSÃO

A missão do Restaurante Grill Colonial será de ter excelência de qualidade na prestação de serviços em alimentos e bebidas, com preço justo e atrativo, juntamente com a incessante busca pela satisfação e fidelização dos clientes.

2.4 VISÃO

A Visão do Restaurante Grill Colonial será de contribuir com a comunidade local, oferecendo serviços de qualidade, fomentando a economia local, sendo referência entre os restaurantes locais, conhecido pela qualidade alinhada ao preço justo e competitivo, com reputação reconhecida tanto pelos clientes, comunidade, e concorrentes.

2.5 VALORES

Os Valores do Restaurante Grill Colonial, estão alinhados com a missão e a visão do mesmo, com foco no cliente, na qualidade e no resultado, sendo os seguintes:

- Foco na satisfação dos clientes, através de qualidade e ótimo atendimento;
- Busca incessante e continua pela qualidade dos produtos e serviços oferecidos;
- Engajamento de todos na busca pelo melhor resultado, e pela sustentabilidade do mesmo.

2.6 OBJETIVO

O Empreendimento Restaurante Grill Colonial, terá como principal objetivo, o fornecimento de serviços de alimentação e refeição de qualidade, com a obtenção de lucros através dos mesmos acima dos R\$ 10 mil mensais, e sendo sustentáveis com viés de crescimento, e o retorno do capital investido em menos de um ano, e um crescimento anual acima de 5% a.a.

2.7 ESTRATÉGIAS E VANTAGENS COMPETITIVAS

O Empreendimento Restaurante Grill Colonial, terá como principal estratégia a qualidade de seus produtos e serviços, juntamente com um ótimo atendimento, reconhecido pelos clientes, e um ambiente agradável e convidativo, onde os clientes sintam vontade de ir e de voltar, e tudo isso há um preço atrativo e competitivo, buscando a criação de uma boa base de clientes, e fidelizando os mesmos, buscando crescimento contínuo.

2.8 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

a) Razão Social:

RE Comercio de Alimentos Ltda.

b) Nome Fantasia:

GRILL COLONIAL

c) CNPJ:

Há se Definir.

d) Endereço:

Há se Definir na região central de Curitiba-PR

e) Inscrição Estadual:

Há se Definir.

f) Inscrição Municipal:

Há se Definir.

g) Data de fundação:

Há se Definir.

h) Telefone:

Há se Definir.

i) Fax:

Há se Definir.

j) E-mail:

Há se Definir.

k) Home-page:

Há se Definir.

l) Horário de Funcionamento:

De segunda à Sábado, das 11h às 15h.

m) Marca:

3. Análise de Mercado

Segundo cartilha elaborada pelo Sebrae, sobre o setor de restaurantes, o setor de alimentação fora do lar é um dos mais importantes da economia brasileira, e um dos que mais vem crescendo nos últimos anos, também um dos mais rentáveis entre as micro e pequenas empresas, com uma média de crescimento na casa dos 10% ao ano, dentre outros. Alguns dos fatores que justificam isso é o aumento da renda das famílias brasileiras nos últimos anos, maior participação das mulheres no mercado de trabalho, e aumento do número de estabelecimentos, um fomento maior do empreendedorismo brasileiro. Junto a isso existe a expectativa de crescimento da economia brasileira, conseqüentemente maior aumento também da renda familiar e de oferta de trabalho para as mulheres, gerando uma maior inserção das mesmas no mercado de trabalho, e com tudo isso aumentando a demanda por procura de alimentação e refeição fora do lar. Segundo o próprio Sebrae, dentre o Negócios, micro e pequenos, ligados ao comércio, o setor de fornecimento de alimentação fora, mais especificamente os restaurantes, estão entre os mais lucrativos e rentáveis e que mais crescem,

Mais exige uma dedicação maior, por parte dos gestores, tempo maior, visto que demanda uma boa parte do dia de seus esforços, e praticamente em todos os dias da semana, é um cenário desafiador, visto grande concorrência, aumento da exigência por parte dos clientes, atenção maior as tendências e ao mercado, que mudam muito e rápido, com mudanças de hábitos dos consumidores, dentre outros. Mais hoje, segundo pesquisa, existe uma grande demanda de clientes, que procuram um bom atendimento, qualidade e preço atrativo, e estão dispostos a provarem e experimentarem novas experiências, e se gostarem a se fidelizarem.

3.1 ANÁLISE SETORIAL

O setor onde o Restaurante Grill Colonial está inserido é o de alimentação e refeições fora, mais especificamente de restaurantes, e como citado anteriormente, segundo o Sebrae, é um dos setores mais rentáveis e lucrativos e que mais crescem atualmente, com uma média de crescimento na casa dos 10% nos últimos anos. É um setor também que têm uma concorrência grande e acirrada, mais que ao mesmo tempo possui uma grande demanda, e que vem crescendo exponencialmente ultimamente, devido a melhora da economia, aumento da renda familiar, maior inserção da mulher no mercado de trabalho, dentre outros.

É um setor que cresce bastante, oferece boa margem de retorno, um retorno rápido do investimentos, possibilidades a médio e longo prazo, mais que ao mesmo tempo demanda muito trabalho, atenção grande as tendências e hábitos do consumidores, que mudam muito e rápido, investimentos fortes em marketing, propaganda e em ferramentas de controle de qualidade .

Os Fornecedores são divididos basicamente em 4 tipos, os fornecedores de alimentos em geral, como arroz, feijão, macarrão, massas, e etc. Os fornecedores de carnes e derivados. Os fornecedoras de frutas, verduras e hortaliças e os fornecedores de bebidas, tendo uma grande gama e variedade de todos esses tipo de fornecedores, possibilitando busca por melhores preços e por qualidade.

Os Clientes, que procuram esse tipo de serviço, na região onde se pretende instalar o restaurante, na região central de Curitiba-PR, em sua grande maioria são funcionária do comercio, escritórios, empresas, da região central e também clientes dos mesmos, e pessoas que estão em transito, passagem ou a turismo no centro, com públicos variado de todas as

faixas de renda, e poder aquisitivo diferentes, com níveis de exigência diferentes, mais em sua grande maioria de média e baixa renda, que vai ser o público alvo.

As ameaças ficam por conta da grande concorrência que existe, mais que a pesar do número ser grande, á demanda para todos, e oferta para todos, mais para isso, é preciso atender as exigências dos clientes, que procuram bom atendimento, boa qualidade e bom preço em sua maioria. E nesses 3 itens é possível combater essas ameaças, focando em melhorias constantes no atendimento, na qualidade e na manutenção de um preço competitivo sem perder a qualidade.

As Oportunidades ficam por conta da grande demanda de oferta e procura por esses serviços, que tenham bom atendimento, boa qualidade e bom preço, e são poucos concorrentes, ou quase nenhum, que consegue oferecer e ser destaque nestes 3 itens, alinhado há um bom ambiente.

3.2. ANÁLISE DA DEMANDA

A demanda onde se pretende instalar o empreendimento, Restaurante Grill Colonial, é bem grande, e com viés de aumento próximos a 10% ao ano, segundo o Sebrae. Demanda essa puxada pelo crescimento e melhora da economia Brasileira, pela melhora da renda familiar brasileira e pela maior inserção da mulher no mercado de trabalho, onde acaba-se com isso buscando cada vez mais fazer suas refeições fora de casa.

O perfil de cliente, até pela localização, é em sua grande maioria funcionários de comércio, micro e pequenas empresas, escritórios e demais empresas e negócios localizados na região central de Curitiba, onde além dos funcionários das mesmas, também clientes e fornecedores dessas formam a grande demanda e procura pelos serviços de alimentação e refeição. Um público bem variado, mais em sua grande maioria de média e baixa renda, poder aquisitivo.

O segmento do restaurante Grill Colonial, será na área de alimentação fora, de restaurantes, tipo *Self-Service*, comercial e executivo. Oferecendo uma refeição de qualidade, á um preço competitivo e com um ótimo atendimento e ambiente agradável.

Com base em pesquisas do Sebrae, e em entrevistas feitas em restaurantes semelhantes e na mesma região onde se pretende instalar o restaurante GRILL COLONIAL, e em relatórios

da Abrasel-PR(Associação de Bares e restaurantes do Paraná), o volume médio de refeições vendidas por dia(em um cenário menos otimista) levando-se em conta a região e estabelecimentos semelhantes, é de pelo menos 100 refeições ao dia em média(sendo , isso reforçando-se em um cenário menos otimista, um pouco mais conservador, número esse que com o tempo, uma boa base de clientes, fidelização do mesmos, e manutenção da qualidade e do preço competitivo, e investimentos em Marketing, propaganda e publicidade, pode ser bem maior, objetivo esse do empreendimento, mais como objetivo inicial será a venda de 100 refeições por dia, como o mesmo funcionará de segunda à sábado, um total de 26 dias de funcionamento por mês em média, totalizando pelo menos 2.600 refeições em média por mês. Outro dado extraído foi o valor médio de gastos em cada refeição, no mesmo cenário, estimasse que cerca de 40% na casa dos R\$ 25,00 em média, 30% em cerca de R\$ 20,00 em média, e 30% em R\$ 30,00 em média, com base nesses números, chegou-se ao objetivo inicial com a estimativa de provisão de vendas, demonstradas mais a diante, no plano financeiro, mais que estimam cerca de 780 refeições com venda na faixa de R\$ 20,00, 1040 refeições com média de gastos na faixa de R\$ 25,00 e 780 refeições com faixa de gastos na casa dos R\$ 30,00. Fora os gastos com bebidas, que ficam na média de 400 garrafas de agua a um preço de R\$ 2,00, 2.000 latas de refrigerantes a um preço de R\$ 3,00 e cerca de 1.000 sucos por mês a um preço de R\$ 3,00 e cerca de 500 sobremesas a um preço de R\$ 2,50 cada.

Tudo isso com uma tendência de crescimento na casa dos 5% ao ano para os primeiros anos, com viés de aumento para próximo dos 10% para os anos subsequentes.

3.2.1 Identificação do Publico Alvo:

Serão atendidos públicos variados, mais em sua grande maioria de média e baixa renda, sendo maior parte funcionários, clientes e fornecedores de comerciantes, micro, médias, pequenas e grandes empresas da região central de Curitiba-PR, além de passantes e turistas.

3.2.2 Identificação dos clientes:

Clientes Adultos, em sua grande maioria com poder aquisitivo de baixa ou média renda, que procuram uma refeição de qualidade boa, com preço competitivo, um bom atendimento, e um ambiente agradável, sendo maior parte funcionários, clientes e fornecedores de comerciantes,

micro, médias, pequenas e grandes empresas da região central de Curitiba-PR, além de passantes e turistas.

3.2.3 Segmentação de Clientes:

No início não haverá segmentação de clientes, após a ideia é implantar por faixa de renda, conforme for possível montar uma base de clientes. Expectativa de dividir os clientes por segmentação após o primeiro ano de funcionamento. Serão atendidos públicos variados, mais em sua grande maioria de média e baixa renda, sendo maior parte funcionários, clientes e fornecedores de comerciantes, micro, médias, pequenas e grandes empresas da região central de Curitiba-PR, além de passantes e turistas. Clientes Adultos, em sua grande maioria com poder aquisitivo de baixa ou média renda, que procuram uma refeição de qualidade boa, com preço competitivo, um bom atendimento, e um ambiente agradável.

3.2.4 Tamanho do Mercado Atual:

Hoje existe uma demanda/procura grande por procura de um restaurante de qualidade com preço justo e atrativo, principalmente pela alta quantidade de pessoas que circulam e trabalham ou frequentam o centro de Curitiba todos os dias. Serão atendidos públicos variados, mais em sua grande maioria de média e baixa renda, sendo maior parte funcionários, clientes e fornecedores de comerciantes, micro, médias, pequenas e grandes empresas da região central de Curitiba-PR, além de passantes e turistas. Clientes Adultos, em sua grande maioria com poder aquisitivo de baixa ou média renda, que procuram uma refeição de qualidade boa, com preço competitivo, um bom atendimento, e um ambiente agradável. A demanda na região onde se pretende instalar o empreendimento, Restaurante Grill Colonial, é bem grande, e com viés de aumento próximos a 10% ao ano, segundo o Sebrae. Demanda essa puxada pelo crescimento e melhora da economia Brasileira, pela melhora da renda familiar brasileira e pela maior inserção da mulher no mercado de trabalho, onde acaba-se com isso buscando cada vez mais fazer suas refeições fora de casa.

3.3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Hoje na área onde se pretende instalar o restaurante existem 4 restaurantes próximos, mais nenhum com a qualidade e preço que se pretende praticar, hoje o principal concorrente seria o restaurante prato fino, em segundo Sabor Caseiro. Os concorrentes não conseguem atender as 4 principais demandas dos clientes, que são um bom atendimento, boa qualidade dos produtos e serviços, preço competitivo e ambiente agradável, geralmente só conseguem atender a um ou dois desses pontos no máximo. Em sua grande maioria focam apenas no preço, e pecam na qualidade, no ambiente e no atendimento. Também não investem muito em Marketing e Publicidade, diferentemente do planejamento que se pretende no Grill Colonial, como será demonstrado a seguir, neste plano, sendo diferencial perante a concorrência.

4. Oferta da Empresa

Conforme apontado anteriormente neste plano, existe uma grande demanda, procura por serviços de refeições fora, em restaurantes, principalmente na região onde se pretende instalar esse empreendimento, o Restaurante Grill Colonial, na região central de Curitiba-PR, uma demanda/procura grande por procura de um restaurante de qualidade com preço justo e atrativo, principalmente pela alta quantidade de pessoas que circulam e trabalham ou frequentam o centro de Curitiba todos os dias. Serão atendidos públicos variados, mais em sua grande maioria de média e baixa renda, sendo maior parte funcionários, clientes e fornecedores de comerciantes, micro, médias, pequenas e grandes empresas da região central de Curitiba-PR, além de passantes e turistas. Clientes Adultos, em sua grande maioria com poder aquisitivo de baixa ou média renda, que procuram uma refeição de qualidade boa, com preço competitivo, um bom atendimento, e um ambiente agradável. A demanda na região onde se pretende instalar o empreendimento, Restaurante Grill Colonial, é bem grande, e com viés de aumento próximos a 10% ao ano, segundo o Sebrae. Demanda essa puxada pelo crescimento e melhora da economia Brasileira, pela melhora da renda familiar brasileira e pela maior inserção da mulher no mercado de trabalho, onde acaba-se com isso buscando cada vez mais fazer suas refeições fora de casa.

E os concorrentes não conseguem atender as 4 principais demandas dos clientes, que são um bom atendimento, boa qualidade dos produtos e serviços, preço competitivo e ambiente agradável, geralmente só conseguem atender a um ou dois desses pontos no máximo. Em sua grande maioria focam apenas no preço, e pecam na qualidade, no ambiente e

no atendimento. Também não investem muito em Marketing e Publicidade, diferentemente do planejamento que se pretende no Grill Colonial, como será demonstrado a seguir, neste plano, sendo diferencial perante a concorrência.

E com isso vem a proposta do empreendimento apresentado neste plano, de oferecer um serviço que atenda as principais demandas dos clientes, uma boa refeição, de qualidade, preço competitivo, com um bom atendimento e ambiente agradável.

4.1. PRODUTOS E SERVIÇOS

Serão oferecidos serviços de alimentação, almoço com buffet diversificado, grill com carnes bovinas, suínas, aves e peixes, bebidas variadas, sucos, refrigerantes, vinhos, cervejas, água, mini buffet com comida japonesa, pratos especiais para dietas, sobremesas, saladas variadas conforme época do ano. Com opções de ala carte. Como diferencial será a qualidade empregada nos pratos, preço atrativo, ambiente diferenciado, atendimento diferenciado, serão diversificados os pratos todos os dias, utilizando de 8 a 10 pratos quentes, mudando todos os dias, 8 a 10 tipos de saladas, 6 a 8 tipos de carnes no Grill, sendo 2 de carnes bovinas, 1 tipo de carne suína, 1 peixe, 1 frango, pelo menos. Bebidas diversas, com refrigerantes e sucos de diferentes tipos, marcas e sabores, carta de vinhos, cervejas, dentre outras.

Tabela 02 – Produtos

PRODUTOS
NOME
BUFFET POR KG SEM CARNES DO GRILL
BUFFET POR KG COM CARNES DO GRILL
BUFFET LIVRE SEM CARNES DO GRILL
BUFFET LIVRE COM CARNES DO GRILL
AGUA MINERAL SEM GÁS
AGUA MINERAL COM GÁS
SUCOS
REFRIGERANTES
SOBREMESAS

Tabela 2 - Produtos

4.2 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Num primeiro momento será oferecido apenas a refeição no local. Mais com possibilidade de entrega de refeições via motoboy futuramente, com implementação posterior a abertura e ao funcionamento.

4.3 DIFERENCIAL PERANTE A CONCORRÊNCIA

Conforme, citado e comentado anteriormente acima, o diferencial do restaurante Grill Colonial, perante a concorrência, vai ser de suprir 4 principais necessidades da demanda de clientes da região, uma oferta de refeição de qualidade, com preço competitivo, um bom atendimento, e ambiente agradável. Os concorrentes não conseguem atender as 4 principais demandas dos clientes, que são um bom atendimento, boa qualidade dos produtos e serviços, preço competitivo e ambiente agradável, geralmente só conseguem atender a um ou dois desses pontos no máximo. Em sua grande maioria focam apenas no preço, e pecam na qualidade, no ambiente e no atendimento. Também não investem muito em Marketing e Publicidade, diferentemente do planejamento que se pretende no Grill Colonial, como será demonstrado a seguir, neste plano, sendo diferencial perante a concorrência.

4.3 SISTEMA DE QUALIDADE

Será terceirado serviço de Nutricionista e de controle de qualidade com atendimento diário, além disso será feito um sistema de pesquisa de qualidade com os clientes, onde vai ser deixado uma caixa para sugestões e reclamações no caixa, e também será utilizado o sistema da promoção de fidelidade, onde na primeira visita e refeição no restaurante Grill Colonial, o cliente receberá um cartão fidelidade, e a cada nova visita e refeição, será feito um carimbo neste cartão, e a cada 10 carimbos o cliente ganhará uma refeição. Para receber esse cartão o cliente deverá informar seus dados, como nome, endereço e telefone celular no mínimo, e com base nesses dados e nas visitas e carimbos, enviado uma pesquisa para o celular dos clientes com sugestões e reclamações.

4.4 METAS

As principais metas inicialmente serão de procurar suprir as necessidades das demandas dos clientes, ofertando serviços e produtos de qualidade, com preço competitivo, ótimo atendimento e ambiente agradável, procurando montar e fidelizar uma boa base de clientes, utilizando sistemas de qualidade e de fidelização, buscar um bom lucro líquido mensal acima dos R\$10 mil, e um crescimento anual acima dos 5% para os primeiros anos e acima dos 10% para os anos subsequentes.

5. Análise Estratégica

5.1 AMBIENTE EXTERNO

Os Fatores Externos que influenciam que podem interferir no negócio e que sobre os quais o empreendedor não têm poder de influência são, como oportunidade um bom potencial para atrair e criar uma boa base de clientes, grande possibilidade de satisfazer e fidelizar essa base de clientes, o setor de alimentação tem grande e constante procura, e histórico para manutenção do negócio a longo prazo. Como ameaças ao negócio, podemos citar a alta concorrência, uma variação grande dos insumos necessários para a confecção dos alimentos, e a demanda do local que pode variar, além do momento econômico, que atualmente se encontra em recuperação a economia, proporcionando aumento maior da demanda e procura por estes tipos de serviços, como aumento da renda familiar, maior inclusão da mulher no mercado de trabalho, melhora do poder aquisitivo, dentre outros.

5.2 AMBIENTE INTERNO

Os Fatores que interferem no negócio, sobre os quais o empreendedor exerce poder de influência, neste caso são, como pontos fortes, a boa demanda que existe, onde se conseguir fidelizar os clientes, conseguindo manter boa qualidade e bons preços, pode buscar uma manutenção longa para o negócio. A Qualidade, onde vai se prezar por refeições de boa qualidade, com boa variedade também, e vai manter-se uma política de preços, que sejam atrativos e concorrentes.

Como pontos fracos que podem influenciar, são a margem pequena, principalmente no começo, pois para manter um preço atrativa se faz necessário diminuir a margem de lucro no início, e contra posto se tem a variação grande do preço dos alimentos, que podem variar muito, além da alta concorrência;

5.3 ANÁLISE SWOT

Para abertura de qualquer novo negócio é primordial que se faça uma pesquisa de mercado, uma análise do macro ambiente, para que o empreendedor conheça bem seus pontos

fortes, para procurar potencializa-los, conheça bem também suas fraquezas, para tentar minimiza-las ao máximo, conheça as oportunidades para pode-las explora-las ao máximo, e esteja bem preparado para as ameaças, para poder neutraliza-las ao máximo.

Onde as ameaças e oportunidades, vem do ambiente externo onde a empresa está inserida, e as forças e fraquezas é uma análise interna, setorial, de onde o restaurante esta inserido.

Tabela 03 – Análise SWOT Restaurante Grill Colonial

<p>Pontos Fortes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Boa Demanda; - Qualidade no produtos e Serviços e no Atendimento; - Preço Atrativo e Competitivo; - Local para estacionar; - Formas de Pagamento; 	<p>Pontos Fracos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inexperiência dos Proprietários; - Alta Concorrência; - Variação alta do Preço dos Insumos; - Margem pequena para garantir bom preço; - Tempo para conquistar e manter clientes fixos;
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bom potencial para atrair e Criar Base de Clientes; - Possibilidade grande de Satisfazer e Fidelizar os clientes; - Setor alimentício tem grande e constante procura, com possibilidade de se manter a longo prazo; 	<p>Ameaças:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alta Concorrência; - Variação alta do Preço dos Insumos; - Demanda local, que pode variar; - Aumento da taxa de Juros e Inflação, piora da economia;

Tabela 3 - Análise SWOT Restaurante Grill Colonial

5.3.1 Pontos Fortes:

- Boa Demanda;
- Qualidade no produtos e Serviços e no Atendimento;

- Preço Atrativo e Competitivo;
- Local para estacionar;
- Formas de Pagamento;

5.3.2 Pontos Fracos:

- Inexperiência dos Proprietários;
- Alta Concorrência;
- Variação alta do Preço dos Insumos;
- Margem pequena para garantir bom preço;
- Tempo para conquistar e manter clientes fixos;

5.3.3 Oportunidades:

- Bom potencial para atrair e Criar Base de Clientes;
- Possibilidade grande de Satisfazer e Fidelizar os clientes;
- Setor alimentício tem grande e constante procura, com possibilidade de se manter a longo prazo;

5.3.4 Ameaças:

- Alta Concorrência;
- Variação alta do Preço dos Insumos;
- Demanda local, que pode variar;
- Aumento da taxa de Juros e Inflação, piora da economia;

5.3.5 Ações de Potencialização dos Pontos Fortes:

Investimento em Marketing e Propaganda, busca continua pela melhoria da qualidade, com frequentes pesquisas de satisfação, dentre outros;

5.3.6 Ações de Recondução dos Pontos Fracos:

Será feito acompanhamento constante da concorrência, pesquisa constantes com os clientes, e base grande e contato direto com os fornecedores;

5.3.7 Aproveitamento das Oportunidades:

Investimento forte em marketing e propaganda, promoções, pesquisas constantes de satisfação com os clientes, programa de fidelização de clientes, e busca constante por melhorias de qualidade.

5.3.8 Proteção contra as ameaças:

Será feito acompanhamento constante da concorrência, pesquisa constantes com os clientes, e base grande e contato direto com os fornecedores;

5.3.9 Fatores Críticos de Sucesso:

Conforme citado acima, Será feito um investimento de cerca de 3% do faturamento bruto mensal, em média de R\$ 1.500,00 mil por mês com marketing, conforme recomendação do Sebrae, que recomenda investimentos em marketing de 3% a 10% do faturamento bruto, também serão adotadas medidas de controle de qualidade, com pesquisa de satisfação constantes com os clientes, diariamente, com acompanhamento de nutricionista. Também será feito acompanhamento constante e diário da concorrência, de seus preços, cardápios, promoções e etc. Para manutenção também da qualidade e da política de preços, serão feitas pesquisas e contatos constantes com fornecedores, para busca de melhor preço e qualidade dos insumos utilizados para preparo das refeições. No início além da qualidade, variedade e do preço atrativo, serão feitas promoções diárias, com pratos promocionais do dia, variando para cada dia da semana, será feito também um programa de fidelização dos clientes, onde a cada 10 refeições, o cliente ganha uma, sendo o prato do dia, dentre outras.

6. Plano de Marketing

O **GRILL COLONIAL BUFET E GRILL**, será um restaurante com ambiente aconchegante, onde as pessoas se sintam bem, a vontade, se alimentem bem, com prazer e

rapidez, pagando um preço justo, tendo qualidade e variedade. Serão desenvolvidas diversas ações de marketing, criando uma fidelização dos clientes, incentivando os mesmos a frequentarem constantemente o restaurante. Uma das ações será a criação de um cartão fidelidade, onde a cada refeição, será carimbado o mesmo, e a cada 10 refeições o cliente terá um prato do dia de cortesia. Será feito também um investimento em publicidade e propaganda, iniciando-se 30 dias antes da abertura do restaurante, em locais estratégicos, como empresas, escritórios, centros empresariais, colégios, cursinhos e universidades, e demais estabelecimentos próximos.

6.1 PRODUTO

Conforme comentado acima, anteriormente serão oferecidos produtos e serviços na área de alimentação, no fornecimento de refeições com variedade e qualidade, preço competitivo, ambiente agradável e atendimento excelente, refeições estas que serão acompanhadas por Nutricionista, com alimentos de qualidade e frescos, equilibrados em calorias, e controlados e aprovados por Nutricionista. Serão oferecidos serviços de alimentação, almoço com buffet diversificado, grill com carnes bovinas, suínas, aves e peixes, bebidas variadas, sucos, refrigerantes, vinhos, cervejas, água, mini buffet com comida japonesa, pratos especiais para dietas, sobremesas, saladas variadas conforme época do ano. Com opções de ala carte. Como diferencial será a qualidade empregada nos pratos, preço atrativo, ambiente diferenciado, atendimento diferenciado, serão diversificados os pratos todos os dias, utilizando de 8 a 10 pratos quentes, mudando todos os dias, 8 a 10 tipos de saladas, 6 a 8 tipos de carnes no Grill, sendo 2 de carnes bovinas, 1 tipo de carne suína, 1 peixe, 1 frango, pelo menos. Bebidas diversas, com refrigerantes e sucos de diferentes tipos, marcas e sabores, carta de vinhos, cervejas, dentre outras.

6.2 POLÍTICA DE PREÇOS:

A formação dos preços de venda dos produtos será levado em consideração o custo da matéria prima, os demais custos, e os preços praticados pela concorrência. As principais refeições terão basicamente 4 tipos principais de cobrança: Por peso, onde a faixa de preço ficará em R\$ 29,90 por quilo sem carnes do Grill e R\$ 49,90 o quilo com carnes do Grill;

Livre por pessoa sem Grill, onde a pessoa terá acesso livre ao buffet e poderá se servir a vontade no buffet, mais sem as carnes nobres do Grill a um preço de R\$ 19,90, sendo um preço atrativo para a região; E Livre por pessoa com Grill, por R\$ 29,90 onde a pessoa terá acesso livre ao buffet para se servir a vontade, tanto no buffet quanto no Grill, tendo acesso as carnes nobres.

Tabela 04 – Produtos e Preços

PRODUTOS E PREÇOS	
NOME	PREÇO R\$
BUFFET POR KG SEM CARNES DO GRILL	29,90
BUFFET POR KG COM CARNES DO GRILL	49,90
BUFFET LIVRE SEM CARNES DO GRILL	19,90
BUFFET LIVRE COM CARNES DO GRILL	29,90
AGUA MINERAL SEM GÁS	2,00
AGUA MINERAL COM GÁS	2,00
SUCOS	3,00
REFRIGERANTES	3,00
SOBREMESAS	2,50

Tabela 4 - Produtos e Preços

6.3 PROMOÇÕES:

No Restaurante Grill Colonial, serão oferecidos inicialmente duas promoções:

- Programa Fidelidade, com cartão fidelidade e carimbos no cartão a cada refeições, onde a cada 10 refeições, o cliente ganha um prato do dia de cortesia;
- Aniversariante não paga, desde que traga e esteja acompanhado de pelo menos mais 2 acompanhantes, e que comprove seu aniversário através de seus documentos;

6.4 CAMPANHA PUBLICITÁRIA:

A Campanha publicitária do restaurante Grill Colonial, inicial será em panfletagem e outdoors na região próxima ao restaurante, também com cartazes e panfletagem em comércios e estabelecimentos próximos.

6.5 DISTRIBUIÇÃO:

A Campanha publicitária e promoções da empresa serão através de panfletagem e outdoors na região próximas ao restaurante, também através de pôsteres em locais estratégicos, como empresas, escritórios, centro empresariais, colégios, cursinhos e universidades, e demais estabelecimentos próximos. Outra estratégia de marketing muito expressiva, é o “boca-a-boca”, onde além de não ter custos financeiros, tem ótimo retorno, para isso terá uma busca constante pela excelência na qualidade, tanto dos produtos e serviços, quanto no atendimento, fazendo com que os clientes sejam os principais promotores.

Tabela 05 – Ações e Tarefas de Marketing

O que?	Como?	Quem?	Quando?
Programa de Fidelização	Cada cliente receberá um cartão fidelidade, e cada refeição será colocado um carimbo no cartão, e a cada 10 Carimbos o cliente ganha um prato do dia.	Gerente	Desde a abertura do restaurante;
Propaganda	Serão distribuídos panfletos, e colocados cartazes no restaurante e em locais estratégicos, já citados acima.	Gerente e Atendente	30 dias antes da abertura do restaurante
Distribuição dos Alimentos	Os Alimentos serão preparados e consumidos no próprio ambiente do restaurante.	Atendentes	Todos os dias de Funcionamento
Promoção dia do Aniversariante	Aniversariante não paga, desde que traga e esteja acompanhado de pelo menos mais 2 acompanhantes, e que comprove seu aniversário através de seus documentos;	Gerente	Desde a abertura do restaurante

Preço	Os preços das refeições são variados, e cobrados basicamente por 3 maneiras, por peso, livre, e prato feito. Por peso fica R\$ 29,90 sem carnes do grill, e R\$ 49,90 com carnes do Grill, ou R\$ 19,90 livre sem carnes do Grill, ou R\$ 29,90 livre com carnes do Grill.	Gerente	Desde a abertura do Restaurante.
Mix de Produtos	Serão oferecidos um grande número de variedade de produtos, disponíveis para escolha do prato de preferência do cliente.	Gerente	Desde a abertura, variando conforme o dia.
Cardápio Equilibrado	O restaurante contratara uma nutricionista para fazer a dosagem em caloria de cada alimento preparado.	Gerente	Desde a abertura do restaurante.

Tabela 5 - Ações e Tarefas de Marketing

6.6 PÓS-VENDA:

Através do sistema de fidelização do cartão fidelidade que serão entregues a todos os clientes, serão coletados os dados dos clientes, dentre eles nome e telefone, e após cada carimbo do cartão fidelidade do cliente, será arquivado no sistema sua visita, e será disparado através do WattsApp do cliente uma pesquisa de satisfação para o mesmo avaliar a comida, o ambiente, e o atendimento e coleta de sugestões e melhorias, e com base nessas informações, será implementado um sistema de melhorias.

6.7 FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE:

Figura 01 – Fluxograma de Atendimento ao Cliente Restaurante Grill Colonial

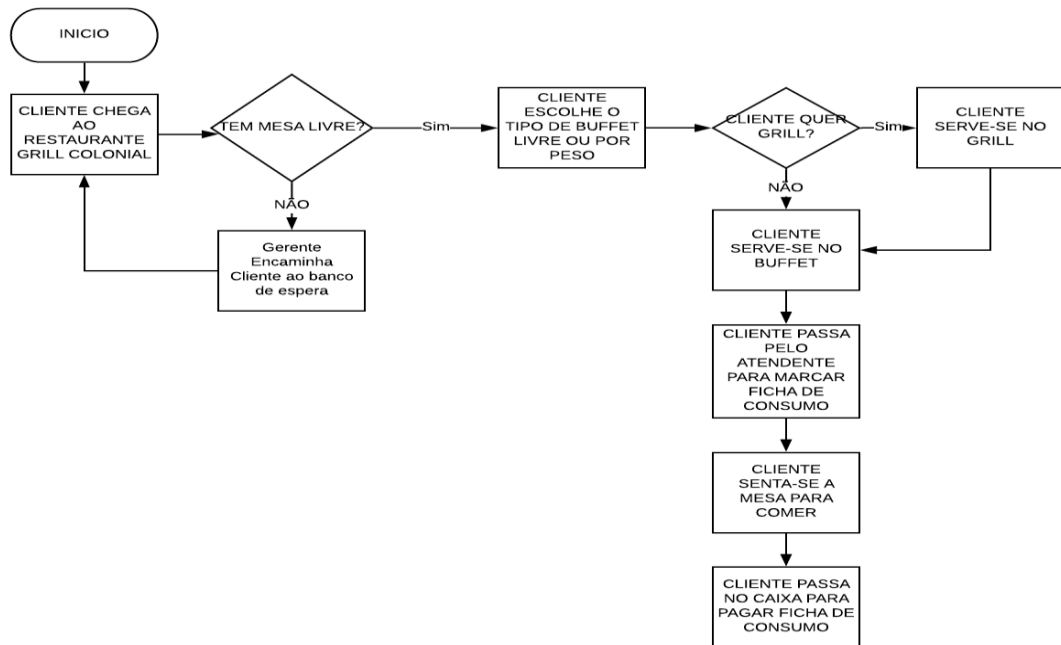


Figura 1 - Fluxograma de Atendimento ao Cliente Restaurante Grill Colonial

6.8 FLUXOGRAMA DE PREPARAÇÃO DAS REFEIÇÕES:

Figura 02 – Fluxograma de Preparação das Refeições do Restaurante Grill Colonial

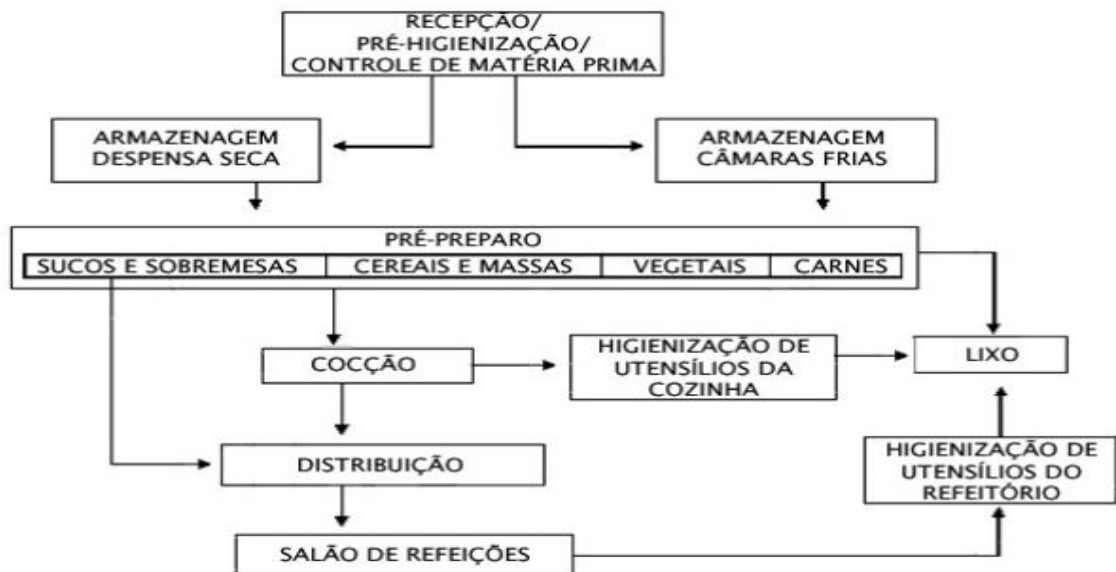


Figura 2 - Fluxograma de Preparação das Refeições do Restaurante Grill Colonial

6.9 PLANO DE MARKETING:

Tabela 06 – Plano de Marketing

Plano de Marketing			
	Objectivo	Acções	Responsável
Área do restaurante: Mudança da oferta gastronómica	Novas Receitas	Provas com matéria prima de diferentes fornecedores	Chef
		Planificação de novas receitas	Chef
		Prova de novas receitas	Chef
		Decisão dos novos pratos	Chef e proprietário
		Fixar preços	Chef e proprietário
	Carta de maridagem	Fazer estudo das bebidas mais consumidas nos últimos 2 anos e das tendências de mercado	Coqueteleiro e Maitre
		cocktails	Coqueteleiro
		Seleccionar fornecedores	Coqueteleiro e proprietário
		Fixar preços	Maitre e proprietário
Marketing digital	Melhorar Presença Online	Actualizar Facebook	Proprietário
		Rever TripAdvisor	Proprietário
		Atrair novos clientes com o TheFork	Proprietário
		sociais	Proprietário
		Definir promoções	Proprietário
		Divulgar promoções	Proprietário

Tabela 6 - Plano de Marketing

7. Plano Operacional

7.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

O Empreendimento Restaurante Grill Colonial, terá a seguinte composição em sua estrutura organizacional:

- Dois Sócios, que atuarão na gestão e Gerência do Restaurante, também auxiliaram no atendimento, e demais tarefas administrativas, e proverão a entrada dos recursos necessários para viabilização, manutenção e funcionamento do negócio.
- Sete Colaboradores, assim divididos:
 - 1 Gerente, que será responsável por auxiliar os sócios na gestão Administrativa e dos funcionários, otimização dos custos, compra de matéria prima, pelo funcionamento geral do restaurante;
 - 4 Auxiliares de cozinha, que trabalharão na cozinha do restaurante, no preparo dos mix de produtos que serão oferecidos, manuseio de alimentos, manutenção, organização e limpeza da cozinha, dentre outros;
 - 2 atendentes, que serão responsáveis pelo atendimento ao cliente, da melhor forma possível, com rapidez, agilidade, segurança, empatia, e muita simpatia e educação no atendimento aos clientes, também auxiliarão nas diversas tarefas administrativas e de manutenção e limpeza do estabelecimento;
 - 1 Nutricionista, que será terceirizada, e será responsável pela elaboração do cardápio, pela forma de preparo dos alimentos, controles nutricionais dos mesmos, dentre outros.
 - 1 Contador, que será terceirizado e será responsável por toda a parte contábil e financeira do Restaurante, pró-labore, pagamento de tributos e impostos, dentre outros.

Tabela 07 – Identificação dos Sócios

NOME	ATRIBUIÇÃO	PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA
RICARDO LAURINDO DOS SANTOS	GERÊNCIA /ADMINISTRAÇÃO GERAL	50%
EMELYN CORDEIROS FERNANDES DOS SANTOS	GERÊNCIA/ADMINISTRAÇÃO GERAL	50%

Tabela 7 - Identificação dos Sócios

7.2 ORGANOGRAMA DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Figura 03 - Organograma da Estrutura Organizacional

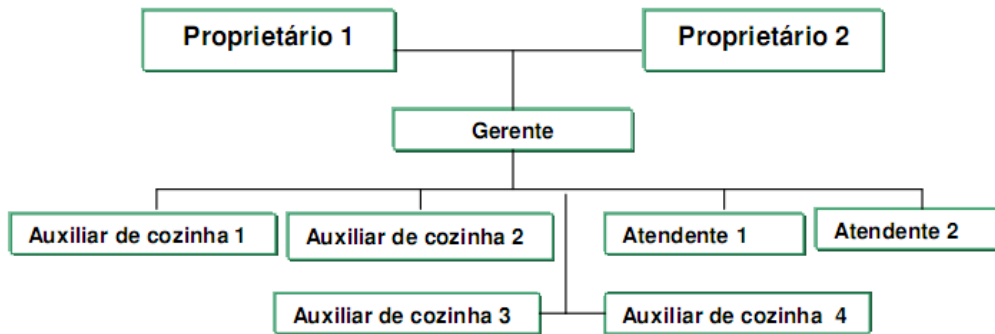


Figura 3 - Organograma da Estrutura Organizacional

7.3 PLANO DE RECURSOS HUMANOS NECESSÁRIOS:

O Restaurante **GRILL COLONIAL**, contratará uma agência de RH terceira para recrutamento e seleção da mão de obra necessária para funcionamento do estabelecimento, dos seus funcionários, havendo análise de currículos, seleção e testes, para escolha dos mesmos. Assim que definidos, os mesmos passarão por um treinamento conforme a função, cargo, de cada um, onde será passado a forma de trabalho, manuseio dos alimentos, atendimento ao cliente, normas que regem o restaurante, cuidados, segurança, vestimentas, dentre outros.

Para o funcionamento do Restaurante Grill Colonial, serão necessários:

- Sete Colaboradores, assim divididos:
 - 1 Gerente, que será responsável por auxiliar os sócios na gestão Administrativa e dos funcionários, otimização dos custos, compra de matéria prima, pelo funcionamento geral do restaurante;
 - 4 Auxiliares de cozinha, que trabalharam na cozinha do restaurante, no preparo dos mix de produtos que serão oferecidos, manuseio de alimentos, manutenção, organização e limpeza da cozinha, dentre outros;
 - 2 atendentes, que serão responsáveis pelo atendimentos ao cliente, da melhor forma possível, com rapidez, agilidade, segurança, empatia, e muita simpatia e educação no atendimento aos clientes, também auxiliarão nas diversas tarefas administrativas e de manutenção e limpeza do estabelecimento;

- 1 Nutricionista, que será terceirizada, e será responsável pela elaboração do cardápio, pela forma de preparo dos alimentos, controles nutricionais dos mesmos, dentre outros.
- 1 Contador, que será terceirizados e será responsável por toda a parte contábil e financeira do Restaurante, pró-labore, pagamento de tributos e impostos, dentre outros.

7.4 QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:

Tabela 08 – Quadro de Funcionários

QUANTIDADE	QUALIFICAÇÃO	FUNÇÃO	SITUAÇÃO
1	Ensino médio	Gerente	A contratar
2	Ensino médio	Atendente	A contratar
4	Ensino médio	Auxiliar de Cozinha	A contratar

Tabela 8- Quadro de Funcionários

O Quadro de funcionários do Restaurante **GRILL COLONIAL BUFFET E GRILL**, será composto por 7 colaboradores próprios, mais o serviço terceirizado de 1 Nutricionista e de 1 Contador conforme o seguinte detalhamento:

- 1 Gerente, que será responsável pela gestão Administrativa e dos funcionários, otimização dos custos, compra de matéria prima, pelo funcionamento geral do restaurante;
- 4 Auxiliares de cozinha, que trabalharão na cozinha do restaurante, no preparo dos mix de produtos que serão oferecidos, manuseio de alimentos, manutenção, organização e limpeza da cozinha, dentre outros;
- 2 atendentes, que serão responsáveis pelo atendimentos ao cliente, da melhor forma possível, com rapidez, agilidade, segurança, empatia, e muita simpatia e educação no atendimento aos clientes, também auxiliarão nas diversas tarefas administrativas e de manutenção e limpeza do estabelecimento;
- 1 Nutricionista, que será terceirizada, e será responsável pela elaboração do cardápio, pela forma de preparo dos alimentos, controles nutricionais dos mesmos, dentre outros.
- 1 Contador, que será terceirizados e será responsável por toda a parte contábil e financeira do Restaurante, pró-labore, pagamento de tributos e impostos, dentre outros.

7.5 REMUNERAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS:

O Restaurante **GRILL COLONIAL BUFFET E GRILL** oferecerá como remuneração os seguintes salários, conforme tabela abaixo, e como complementação dos mesmos, auxílio alimentação e vale-transporte.

Tabela 09 – Remuneração dos Funcionários

REMUNERAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS	
CARGO	SALÁRIO R\$
Gerente	1.800,00
Auxiliar de Cozinha	1.200,00
Atendente	1.200,00
Nutricionista(Serviço Terceirizado)	1.000,00
Contador(Serviço Terceirizado)	500,00

Tabela 9 - Remuneração dos Funcionários

7.6 DEMAIS RECURSOS:

Tabela 10 – Demais Recursos Necessários

RECURSOS NECESSÁRIOS	
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
REFORMA DA LOJA	1
SUB-TOTAL	
EQUIPAMENTOS	
COMPUTADOR	2
LINHA TELEFONICA+INTERNET	1
IMPRESSORA FISCAL	1
IMPRESSORA DE SENHA	1
SOFTWARE	1
MAQUINA E EQUIP. COZINHA	
COIFA	1
FREEZER	1
GRELHA	1
PROCESSADOR	2
REFRIGERADOR	1
LIQUIDIFICADOR	2
FOGÃO INDUSTRIAL 6 BOCAS	1
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	
BACIAS PLASTICAS	10
BANDEJAS	150
CADEIRA PARA CAIXA	1
PANELAS	10
TALHERES	300
PEGADORES	10

PRATOS	200
COPOS	200
OPERACIONAIS	
MARKETING	1
IMPRESSOES CARDAPIOS E	
MENUS	1
NUTRICIONISTA	1

Tabela 10 - Demais Recursos Necessários

7.7 FORNECEDORES DO RESTAURANTE GRILL COLONIAL

O Restaurante Grill Colonial, terá o seguintes fornecedores, conforme demonstrados na tabela abaixo e separados conforme o produto que vão fornecer.

Tabela 11 – Fornecedores do Restaurante Grill Colonial

LISTA DE FORNECEDORES	
NOME	PRODUTO
Bom Frios Distribuidora de Alimentos	Alimentos Diversos e Frios
Wandeli Hortifruti	Frutas, Verduras, Vegetais, Hortaliças e etc.
Bebidas Tissot	Bebidas em Geral
Nox Ltda	Sistema
Frigorifico Costa	Carnes e derivados em geral
Ecolimpe	Produtos de Limpeza

Tabela 11 - Fornecedores do Restaurante Grill Colonial

8. Plano Financeiro

8.1 PLANO FINANCEIRO RESTAURANTE GRILL COLONIAL:

A seguir demonstração do plano financeiro do restaurante **GRILL COLONIAL**, apresentado em planilhas financeiras, elaboradas no *software Microsoft Office Excel*, demonstrando os dados de melhor forma, conforme constam a seguir.

Para a abertura do restaurante **GRILL COLONIAL**, serão necessário um investimento inicial de R\$ 105.865,00, utilizando recursos próprios, do qual serão utilizados R\$ 81.200,00 para investimento inicial para Reforma, compra de móveis, Equipamentos, Maquinas, e despesas operacionais conforme discriminado na tabela abaixo, mais R\$ 24.665,00 para compra dos suprimentos e formação do estoque.

8.2 INVESTIMENTO INICIAL:

Como Investimento inicial, conforme citado anteriormente, acima, será necessários um valor de R\$ 81.200,00 para investimento inicial para Reforma, compra de móveis, Equipamentos, Maquinas, e despesas operacionais conforme discriminado na tabela abaixo.

Tabela 12 – Investimento Inicial

INVESTIMENTO INICIAL			
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNIT.	TOTAL
REFORMA E MÓVEIS DA LOJA	1	50.000,00	50.000,00
SUB-TOTAL			50.000,00
EQUIPAMENTOS			
COMPUTADOR LINHA TELEFONICA+INTERNET	2	2.000	4.000,00
IMPRESSORA FISCAL	1	200,00	200,00
IMPRESSORA DE SENHA	1	1.000,00	1.000,00
SOFTWARE	1	1.000,00	1.000,00
SUB-TOTAL			7.200,00
MAQUINA E EQUIP. COZINHA			
COIFA	1	1.000,00	1.000,00
FREEZER	1	2.000,00	2.000,00
GRELHA	1	1.500,00	1.500,00

PROCESSADOR	2	300,00	600,00
REFRIGERADOR	1	1.200,00	1.200,00
LIQUIDIFICADOR	2	100,00	200,00
FOGÃO INDUSTRIAL	6		
BOCAS	1	1.200,00	1.200,00
SUB-TOTAL			7.700,00
MÓVEIS E UTENSÍLIOS			
BACIAS PLASTICAS	10	10,00	100,00
BANDEJAS	150	15	2.250,00
CADEIRA PARA CAIXA	1	100	100
PANELAS	10	50	500
TALHERES	300	3	900
PEGADORES	10	15	150
PRATOS	200	12	2400
COPOS	200	7	1.400,00
SUB-TOTAL			7800,00
DESPESA OPERACIONAIS			
MARKETING	1	5.000,00	5.000,00
IMPRESSOES CARDAPIOS E MENUS	1	2.000,00	2.000,00
NUTRICIONISTA	1	1.500,00	1.500,00
SUB-TOTAL			8.500,00
TOTAL INVESTIMENTOS INICIAIS			R\$ 81.200,00

Tabela 12 - Investimento Inicial

8.3 CUSTOS

Os Custos serão o montante necessário para o funcionamento e manutenção do restaurante **GRILL COLONIAL**, no caso, divididos basicamente em 3 partes, Custos Variáveis Mensais, para manutenção do estoque, compra de mantimentos, alimentos necessários para o preparo das refeições, bebidas, dentre outros(detalhados abaixo), Custos fixos Mensais, com despesas fixas mensais necessárias para o funcionamento do estabelecimento, como agua, luz, telefone, Aluguel, dentre outros(detalhados abaixo), e o custo com mão-obra, funcionário e serviços terceiros, todos necessários e vitais para o funcionamento e manutenção do empreendimento, sendo detalhados a seguir.

8.3.1 Custos Variáveis Mensais:

O Restaurante **GRILL COLONIAL**, terá um grande mix de produtos, tendo um custo variável mensal de R\$ 24.665,00 com a compra de mantimentos para a preparação das refeições e bebidas, um custo um pouco mais alto que os demais, mais cotados somente com produtos de qualidade garantida. Segue abaixo Tabela, com detalhamento dos custos.

Tabela 13 – Custos Variáveis Mensais

CUSTOS VARIÁVEIS MENSAIS					
DESCRIÇÃO	UNID. MEDIDA	CUSTO/UNID.	QTDE	TOTAL	
Abacaxi	UN.	3	200	600	
Açucar Sache	KG	10	50	500	
Agrião	UN.	2	150	300	
Agua Mineral c/ Gás	Garrafa	1	200	200	
Agua Mineral s/ Gás	Garrafa	1	200	200	
Alface	UN.	0,5	300	150	
Arroz	KG	2	300	600	
Aspargos	KG	10	30	300	
Azeitona	KG	10	20	200	
Batata Palha	KG	7	100	700	
Beterraba	KG	6	30	180	
Brocolis		0,9	300	270	
Cenoura	KG	2,5	200	500	
Copos Plasticos		0,2	3000	600	
Ervilha	KG	3	40	120	
Feijão	KG	2	200	400	
Filé Mignon	KG	25	100	2500	
Frango	KG	8	100	800	
Guardanapos		0,01	10000	100	
Laranja	KG	2	100	200	
Manga	KG	2	100	200	
Massa Macarrão	Pacote	1,5	100	150	
Melão	KG	2,5	100	250	
Milho	KG	3,5	40	140	
Morango	Bandeja	2,5	100	250	
Ovo	Dz	2	300	600	
Palmito	KG	7,5	50	375	
Pão de Forma	Pacote	2	100	200	
Passas	KG	15	20	300	
Peixe	KG	20	100	2000	
Pepino	KG	7	30	210	
Picanha B	KG	30	100	3000	

Pimentão	KG	5	30	150
Porco	KG	15	100	1500
Presunto	KG	8	50	400
Queijo	KG	12	80	960
Refrigerantes	Lata	1,5	2000	3000
Ricota	KG	9	30	270
Rúcula	Maço	1,5	300	450
Sal Sache	KG	3	30	90
Tempero	KG	25	6	150
Tomate	KG	3	200	600
TOTAL			R\$	24.665,00

Tabela 13 - Custos Variáveis Mensais

8.3.2 Custos Fixos Mensais:

Os Custos Fixos Mensais da empresa, serão com fornecimento de Água, Luz, Telefone, Internet, aluguel, Maquinha de Cartão, Marketing e Publicidade, Materiais de Limpeza, Materiais de Escritório, Depreciação, Manutenção e conservação do imóvel, Seguros e Mão de Obra Indireta, já com os devidos encargos, terão um total de R\$ 13.047,06, detalhados conforme tabela abaixo.

Tabela 14 – Custos Fixos Mensais

CUSTOS FIXOS MENSAIS	
DESCRIÇÃO	CUSTO
	\$
Água	120
Luz	500
Telefone	100
Internet	100
Aluguel	5000
Maquininha Cartão	150
Marketing e Publicidade	1500
Materiais de Limpeza	250
Materiais de Escritório	250
Depreciação	382,06
Manutenção e Conservação	280
Seguros	600
Mão de Obra Indireta c/ Encargos	3815
TOTAL	
R\$	13.047,06

Tabela 14 - Custos Fixos Mensais

8.3.3 Custos com Mão de Obra:

Os custos com mão de obra, do Restaurante Grill Colonial, tanto de funcionários próprios, quanto com mão de obra terceirizada, no caso da nutricionista e contador, serão de R\$ 16.786,50, conforme detalhamento na tabela abaixo.

Tabela 15 – Custos com Mão de Obra

CUSTO MÃO DE OBRA			
DESCRIÇÃO	VALOR R\$	QUANTIDADE	TOTAL R\$
FUNCIONÁRIOS			
Gerente	1.800,00	1	1.800,00
Auxiliar de Cozinha	1.200,00	4	4.800,00
Atendente	1.200,00	2	2.400,00
SUB TOTAL SALÁRIOS R\$	4.200,00		9.000,00
ENCARGOS E PROVISÕES			
FGTS(8%)			720,00
FGTS Recisão(4%)			360,00
Provisão de Férias(11,11%)			999,90
Provisão 13 (8,33%)			749,70
FGTS Sobre Férias e 13(2,33%)			209,70
Vale Transporte	249,60	7	1.747,20
SUB TOTAL ENCARGOS E PROVISÕES R\$			4.786,50
MÃO DE OBRA TERCEIRA			
CONTABILIDADE	500	1	500,00
PRO-LABORE	1.500	1	1.500,00
NUTRICIONISTA	1.000,00	1	1.000,00
SUB TOTAL MÃO DE OBRA TERCEIRA R\$			3.000,00
TOTAL CUSTO COM MÃO DE OBRA R\$			16.786,50

Tabela 15 - Custos com Mão de Obra

8.3.4 Custos Totais Mensais:

O Empreendimento Restaurante Grill Colonial, terá um total de custo com despesas mensal no valor de R\$ 54.498,56, conforme detalhado na tabela abaixo e nas tabelas anteriores acima.

Tabela 16 – Custos Totais de Despesas Mensais

CUSTOS TOTAIS DE DEPESAS MENSAIS	
CUSTO	VALOR R\$
Custos Variáveis Mensais	24.665,00
Custos Fixos Mensais	13.047,06
Custos com Mão de Obra	16.786,50
TOTAL R\$	54.498,56

Tabela 16 - Custos Totais de Despesas Mensais

8.4 VENDAS

Com base em pesquisas e entrevista feitas em restaurantes semelhantes e na mesma região onde se pretende instalar o restaurante **GRILL COLONIAL**, e em relatórios da Abrasel-PR(Associação de Bares e restaurantes do Paraná), o volume médio de refeições vendidas por dia(em um cenário menos otimista) levando-se em conta a região e estabelecimentos semelhantes, é de pelo menos 100 refeições ao dia em média(sendo , isso reforçando-se em um cenário menos otimista, um pouco mais conservador, número esse que com o tempo, uma boa base de clientes, fidelização do mesmos, e manutenção da qualidade e do preço competitivo, e investimentos em Marketing, propaganda e publicidade, pode ser bem maior, objetivo esse do empreendimento, mais como objetivo inicial será a venda de 100 refeições por dia, como o mesmo funcionará de segunda à sábado, um total de 26 dias de funcionamento por mês em média, totalizando pelo menos 2.600 refeições em média por mês. Outro dado extraído foi o valor médio de gastos em cada refeição, no mesmo cenário, estimasse que cerca de 40% na casa dos R\$ 25,00 em média, 30% em cerca de R\$ 20,00 em média, e 30% em R\$ 30,00 em média, com base nesses números, chegou-se ao objetivo inicial com a estimativa de provisão de vendas demonstrada na tabela abaixo:

5 Saldo Período	42.784,44	57.461,19	72.137,93	86.814,68	101.491,43	116.168,17
6 Tributos						
6.1 SIMPLES Nacional(4%)	724,78	724,78	724,78	724,78	724,78	724,78
6.2 IR (15%)	2.717,92	2.717,92	2.717,92	2.717,92	2.717,92	2.717,92
SUB TOTAL TRIBUTOS	3.442,69	3.442,69	3.442,69	3.442,69	3.442,69	3.442,69
LAIR	14.676,75	14.676,75	14.676,75	14.676,75	14.676,75	14.676,75
SALDO FLUXO CAIXA LIQUIDO	39.341,75	54.018,49	68.695,24	83.371,99	98.048,73	112.725,48

	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12
1 Saldo de Caixa Inicial	112.725,48	127.402,22	142.078,97	156.755,72	171.432,46	186.109,21
2 Investimento Inicial						
SUB TOTAL SALDO CAIXA R\$	112.725,48	127.402,22	142.078,97	156.755,72	171.432,46	186.109,21
3 Entradas						
3.1 Receita de Vendas	72.618,00	72.618,00	72.618,00	72.618,00	72.618,00	72.618,00
SUB TOTAL ENTRADAS	72.618,00	72.618,00	72.618,00	72.618,00	72.618,00	72.618,00
SUB TOTAL CAIXA R\$	185.343,48	200.020,22	214.696,97	229.373,72	244.050,46	258.727,21
4 Despesas						
4.1 Despesas com Produção	-24.665,00	-24.665,00	-24.665,00	-24.665,00	-24.665,00	-24.665,00
4.2 Despesas com Mão de Obra	-13.786,50	-13.786,50	-13.786,50	-13.786,50	-13.786,50	-13.786,50
4.3 Despesa com Serviços Terceiros	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00
4.4 Despesas com Pro-Labore	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00	-1.500,00
4.5 Despesas Custo Fixo	-13.047,06	-13.047,06	-13.047,06	-13.047,06	-13.047,06	-13.047,06
SUB TOTAL DESPESAS	-54.498,56	-54.498,56	-54.498,56	-54.498,56	-54.498,56	-54.498,56
LAJIR	18.119,44	18.119,44	18.119,44	18.119,44	18.119,44	18.119,44
5 Saldo Período	130.844,92	145.521,66	160.198,41	174.875,16	189.551,90	204.228,65
6 Tributos						
6.1 SIMPLES Nacional(4%)	724,78	724,78	724,78	724,78	724,78	724,78
6.2 IR (15%)	2.717,92	2.717,92	2.717,92	2.717,92	2.717,92	2.717,92
SUB TOTAL TRIBUTOS	3.442,69	3.442,69	3.442,69	3.442,69	3.442,69	3.442,69
LAIR	14.676,75	14.676,75	14.676,75	14.676,75	14.676,75	14.676,75
SALDO FLUXO CAIXA LIQUIDO	127.402,22	142.078,97	156.755,72	171.432,46	186.109,21	200.785,96

Tabela 18 - Fluxo de Caixa Mensal 1 Ano

8.6 FLUXO CAIXA ANUAL

Abaixo tabela, detalhando projeção do fluxo de caixa anual, do empreendimento restaurante **GRILL COLONIAL**, dos 3 primeiros anos, e onde foi projetado um crescimento anual de 5% a.a.

Tabela 19 – Projeção Fluxo de Caixa Anual

PROJEÇÃO FLUXO CAIXA ANUAL			
	ANO 1	ANO 2	ANO 3
1 Saldo de Caixa Inicial	1.345.845,26		
2 Investimentos	-81.200,00		
SUB TOTAL	1.264.645,26	1.327.877,52	1.394.271,39
3 Entradas			
3.1 Receita de Vendas	871.416,00	914.986,80	960.736,14
SUB TOTAL VENDAS	871.416,00	914.986,80	960.736,14
SUB TOTAL CAIXA R\$	2.136.061,26	2.242.864,32	2.355.007,53
4 Despesas			
4.1 Despesas com Produção	-295.980,00	-310.779,00	-326.317,95
4.2 Despesas com Mão de Obra Direta	-165.438,00	-173.709,90	-182.395,39
4.3 Despesas com Terceiros	-18.000,00	-18.900,00	-19.845,00
4.4 Despesas com Pró-Labore	-18.000,00	-18.900,00	-19.845,00
4.5 Despesas com Custos Fixos	-156.564,72	-164.392,95	-172.612,60
SUB TOTAL DESPESAS	-653.982,72	-686.681,85	-721.015,94
LAJIR	217.433,28	228.304,94	239.720,19
5 Saldo Periodo	54	1.556.182,46	1.633.991,59
6 Tributos			
6.1 SIMPLES Nacional(4%)	8.697,33	9.132,16	9.588,77
6.2 IR(15%)	32.614,99	34.245,73	35.958,02
SUB TOTAL TRIBUTOS	41.312,32	43.377,93	45.546,83
LAIR	176.120,96	184.927,00	194.173,35
7 SALDO FLUXO DE CAIXA LIQUIDO	1.440.766,22	1.512.804,51	1.588.444,73

Tabela 19 - Projeção Fluxo de Caixa Anual

8.7. ANÁLISE DE VIABILIDADE

8.7.1 Retorno do Investimento (PAYBACK)

Para encontrarmos o tempo de retorno do capital investido, usamos o PAYBACK, geralmente usado como referência para calcular o risco, servindo para apoio para a tomada de decisão de investimento ou não, onde pegamos o capital inicial investido, e dividimos pelo Lucro Líquido projetado, e no caso do restaurante **GRILL COLONIAL**, chegamos ao resultado de 7,21, conforme abaixo, onde com 8 meses será possível já ter o retorno do capital investido. Demonstrando ser um investimento muito atrativo, visto que o retorno do capital investido será em menos de um ano.

Retorno Capital Investido(PAYBAK) Restaurante GRILL COLONIAL = 7,21(8 MESES)

8.7.2 VPL

O VPL(Valor Presente Líquido), com um custo de capital usado a taxa SELIC atual de 6,5% a.a., a esta taxa o valor presente líquido do projeto restaurante GRILL COLONIAL, seria positivo em 59.506,79, já no 1 ano, reforçando a viabilidade do empreendimento, do investimento, provando a atratividade do projeto.

VPL RESTAURANTE GRILL COLONIAL = + 59.506,79(Positivo já para o 1 ano)

8.7.3 TIR

A TIR é a taxa interna de retorno, que zera o valor presente líquido, ponto onde não se têm lucro, mais também não se tem prejuízo. A TIR do empreendimento Restaurante GRILL COLONIAL, ficou em 66,36%, acima da taxa da taxa de atratividade.

TIR RESTAURANTE GRILL COLONIAL = 66,36

8.7.4 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de equilíbrio é o valor onde a empresa não terá lucro, nem prejuízo, sendo uma informação gerencial importante, que vai ajudar a identificar se o nível de vendas está sendo o suficiente para cobrir os custos das despesas.

Para encontrarmos o Ponto de Equilíbrio, vamos pegar o valor total dos custos fixos, dividirmos pela margem de contribuição (quanto sobra da receita obtida com vendas dos produtos e serviço para pagar os custos fixos e ter lucro, após o pagamento dos custos e despesas), e multiplicarmos pelo faturamento, achando assim o ponto de equilíbrio do restaurante **GRILL COLONIAL**, em 7.585,24.

Ponto de Equilíbrio do Restaurante **GRILL COLONIAL** = 7.585,24.

9. Conclusão

O Negócio, empreendimento proposto é um restaurante Buffet, denominado Restaurante **Grill Colonial**. O mesmo será implementado na região central da cidade de Curitiba, no estado do Paraná, dado o grande fluxo de pessoas que transitam pelo local, segurança, estacionamento, e comércios e empresas de todos os portes ao entorno.

O Ambiente, será climatizado, atrativo, higienizado, aconchegante e acolhedor, que propicie a vinda do cliente, e que o mesmo sinta vontade em voltar e frequentar constantemente o restaurante, com um atendimento de excelência, buscando criar uma boa base de clientes e fidelizar a mesma.

O cardápio oferecido será variado, com opções de pratos quentes, carnes Grill, saladas, grelhados, os quais serão feitos com produtos de qualidades, e com cardápios elaborados por Nutricionista.

Os Valores médios das refeições ficaram entre R\$ 20,00 e R\$ 30,00 dependendo do peso, e dos acompanhamentos escolhidos, grelhados ou não, tornando acessível a todas as camadas sociais.

A escolha por um empreendimento na área de serviços de alimentação se deu por ser um setor que está em alta, estando entre os setores mais lucrativos e rentáveis da economia brasileira atual segundo Sebrae, e com um crescimento anual na faixa dos 10% ao ano, e com demanda crescente devido a melhora da economia nacional, ao aumento da renda familiar brasileira, e ao aumento do número de mulheres que estão ingressando no mercado de trabalho e empreendendo, fazendo com que cada vez mais aumente a busca das pessoas por refeições fora, garantindo uma boa demanda, e possibilidade de manutenção do negócio a longo prazo.

Outro Fator que influenciou na escolha do local, primeiramente pelo grande volume diário de pessoas que transitam pelo centro de Curitiba diariamente, grande numero de comércios e empresas que existem no local, gerando demanda através de seus funcionários, clientes e fornecedores, e constatou-se que existiam bastante concorrentes, mais que não agradavam e nem atendiam a todas as demandas dos clientes, que buscam um restaurante com qualidade nos seus produtos serviços, um bom atendimento, preço competitivo e ambiente agradável, a maioria dos demais concorrentes focam apenas no preço, e atendem a somente uma dessas exigências, e a proposta deste plano terá o diferencial de atender a todas, gerando

rapidamente uma boa base de clientes e fidelizando os mesmos, garantia a sustentabilidade do negócio.

Com base nos estudos financeiros feitos, constatou-se ser um investimento lucrativo e rentável, e com retorno a curto prazo, seu payback ficou em menos de 1 ano, em 8 meses, seu VPL ficou positivo em 59.506,79 já no primeiro ano, sua TIR também ficou positiva em 66.36 acima da taxa de atratividade externa, e seu ponto de equilíbrio ficou curto e positivo, demonstrando ser um investimento ótimo, viável, altamente atrativo, onde Recomendamos o investimento no projeto, sendo necessário para isso um investimento inicial de R\$ 105.865,00, mais tendo o retorno do mesmo em apenas 8 meses.

10. Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Luis César G. de. **Organizações, Sistemas e Métodos e as ferramentas de gestão organizacional: arquitetura, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia.** São Paulo: Editora Atlas, 2001.

BIAGIO, Luis Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de Negócios: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas.** Barueri, SP: Manole, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

SEBRAE. **Pesquisa sobre Planos de Negócios, Empreender, Restaurantes, Investimentos.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>, acesso em 22 de Março de 2019.

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Pesquisa sobre Restaurantes.** Disponível em: <<http://www.revistapegn.globo.com>>, acesso em 23 de Março de 2019.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Pesquisa sobre Plano de Negócios.** Disponível em: <<http://www.portalmeiempendedor.org>>, acesso em 20 de Março de 2019.