



**Bruno Flor da Rosa**

## **Restaurante Árabe – Rei da Esfiha**

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**

**Gianfranco Muncinelli**

**Orientador**

**Curitiba – PR**

**2015**

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, Restaurante Árabe – Rei da Esfiha, elaborado por Bruno Flor da Rosa 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:

---

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

---

Gianfranco Muncinelli

Orientador

## DECLARAÇÃO

A empresa ....., representada neste documento pelo Sr.(a) ....., (cargo) ....., autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado (título) ....., realizados pelo aluno ....., do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Local, Data

---

(assinatura)

(cargo)

(Empresa)

## **TERMO DE COMPROMISSO**

O aluno Bruno Flor da Rosa, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma 1/14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada Isae Brasil Curitiba, no período de 17/02/14 a 11/11/15, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Restaurante Árabe – Rei da Esfiha, é autêntico e original.

Curitiba, 20/10/15

---

Bruno Flor da Rosa

À minha esposa maravilhosa, Gisele Maeda,  
aos meus filhos e minha família que me apoiaram  
e me deram condições para que isso fosse possível.

Um beijo e um abraço apertadíssimo.



## Agradecimentos

Agradeço à Deus, aos amigos que fiz ao longo desse curso, a todo o corpo docente de professores da FGV que me deram suporte e orientação para que esse trabalho fosse possível.

## **SUMÁRIO**

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	10
2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL	11
3. ANÁLISE DE MERCADO	14
4. ANÁLISE SETORIAL	14
5. ANÁLISE DA DEMANDA	15
6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	16
7. OFERTA DA EMPRESA	19
8. PLANO OPERACIONAL	20
9. PLANO FINANCEIRO	25
10. CONCLUSÃO	32
11. ANEXOS.	34



# 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Trata-se de um restaurante de cozinha internacional árabe. Serão disponibilizados ao mercado pratos customizados e de alta qualidade, com o objetivo de oferecer aos clientes tranquilidade pela qualidade da produção dos alimentos, conforto e ambiente diferenciado.

A vantagem competitiva do negócio pode ser apontada na qualidade dos produtos e atendimento. O zelo e cuidado para que tudo saia “perfeito” (no que diz respeito a sabor, temperos, temperatura ideal dos pratos, atendimento, etc...) é uma das premissas para que o negócio não fique nem de longe parecido com os concorrentes diretos e indiretos já estabelecidos na cidade. Também pode ser considerada uma vantagem competitiva o ponto escolhido. Trata-se de uma área com 500 m<sup>2</sup>, localizado no centro de São José dos Pinhais-PR, com ampla área externa e excelentes acomodações internas. Na área externa o paisagismo e a decoração tradicional árabe deixarão o ambiente extremamente agradável ao público, já que também será construído um deck de madeira com mesas e guarda-sóis para os dias mais quentes. Excelente ambiente para apreciar o chope artesanal que também será comercializado tanto no almoço quanto no happy hour ou jantar. À noite a iluminação da parte externa será um detalhe que deixará o ambiente encantador. Na parte interna a decoração acompanha a proposta do restaurante, trazendo toda tradição árabe e um pouco da história da comunidade no Brasil. O atendimento contará com uma equipe altamente qualificada, que fará o atendimento nas mesas contando com 1 atendente para cada 10 mesas (15 mesas quando a casa estiver lotada). A tecnologia e equipamentos na cozinha necessários para a confecção dos pratos serão dois fornos elétricos industriais, dois fogões, duas fritadeiras e um forno a lenha. Toda a parte de talheres, colheres e pegadores de servir. Serão três cozinhas, uma responsável pela parte de esfihas e lanches, outra pela parte da elaboração dos pratos a la carte (e buffet por kilo no almoço) e a terceira responsável por sucos, shakes, drinks (bar).

Por se tratar de uma excelente oportunidade de negócio e investimento que é apresentada em uma das mais ricas cidades do estado que mais cresce no país, segundo dados do IBGE, podemos apostar na decisão de investir.

Abaixo, vemos um breve demonstrativo do investimento.

<b>Demonstrativo do Investimento (Overview)</b>		
<b>Lucro líquido</b>	R\$	92.261,40
<b>Investimentos /Aplicação para Payback</b>	R\$	50.005,68
<b>Lucro líquido menos aplicações</b>	R\$	42.255,72
<b>Emergencia (reserva mensal)</b>	R\$	10.000,00
<b>Retirada Sócios</b>	R\$	12.000,00
<b>Devolução ao caixa (para aumento do fluxo)</b>	R\$	10.255,72
<b>Manutenção de máquinas e equipamentos</b>	R\$	10.000,00

Os indicadores acima foram escolhidos, por se tratarem dos mais importantes para a visualização da movimentação da empresa. Dessa forma podemos afirmar que o payback se dará em aproximadamente 14 meses.

## **2. A Empresa – Descrição Geral**

A solução encontrada foi a comercialização de alimentos da cozinha internacional árabe. A cidade de São José dos Pinhais-PR, encontrada a 20 Km do centro da Capital do Estado do Paraná, Curitiba. Na cidade encontra-se o aeroporto internacional Afonso Pena, com boa malha para todo o país (podendo ser considerado um dos melhores HUBs dos estados do Sul do Brasil). A cidade está localizada há aproximadamente 90 km do porto de Paranaguá e é a principal passagem de todo o sul do país para os demais estados. Trata-se de uma cidade com 264.210 habitantes, segundo o IBG, considerada como a terceira maior economia do estado e isso não ocorre por acaso. Com localização estratégica, mão de obra altamente qualificada e infraestrutura de ponta são razões de sobra para empresários despertarem interesse e terem segurança para instalar-se na cidade. Com isso, a população tem bons empregos e boa qualidade de vida. E é nesta cidade que foi apontada uma ótima oportunidade para venda e comercialização de alimentos da cozinha internacional árabe.

Trata-se de um restaurante de cozinha internacional árabe. Disponibilizamos ao mercado pratos customizados e de alta qualidade, com o objetivo de oferecer aos nossos clientes tranquilidade pela qualidade da produção dos alimentos, conforto e ambiente diferenciado.

O Negócio – Restaurante e Lanchonete Árabe.

Missão – Oferecer aos clientes sabores diferenciados dos pratos e lanches da cozinha internacional árabe, guiados pela excelência no atendimento, proporcionando satisfação e prazer gastronômico.

Visão – Ser reconhecido como o melhor restaurante internacional árabe no mercado brasileiro.

Valores – Respeito, Ética, Comprometimento, Transparência, Simplicidade, Equilíbrio e Sustentabilidade.

A vantagem competitiva do negócio pode ser apontada na qualidade dos produtos e atendimento. O zelo e cuidado para que tudo saia “perfeito” (no que diz respeito a sabor, temperos, temperatura ideal dos pratos, atendimento, etc...) é uma das premissas para que o negócio não fique nem de longe parecido com os concorrentes diretos e

indiretos já estabelecidos na cidade. Também pode ser considerada uma vantagem competitiva o ponto escolhido. Trata-se de uma área com 500 m<sup>2</sup>, localizado no centro de São José dos Pinhais-PR, com ampla área externa e excelentes acomodações internas. Na área externa o paisagismo e a decoração tradicional árabe deixarão o ambiente extremamente agradável ao público, já que também será construído um deck de madeira com mesas e guarda-sóis para os dias mais quentes. Excelente ambiente para apreciar o chope artesanal que também será comercializado tanto no almoço quanto no happy hour ou jantar. À noite a iluminação da parte externa será um detalhe que deixará o ambiente encantador. Na parte interna a decoração acompanha a proposta do restaurante, trazendo toda tradição árabe e um pouco da história da comunidade no Brasil. O atendimento contará com uma equipe altamente qualificada, que fará o atendimento nas mesas contando com 1 atendente para cada 10 mesas (15 mesas quando a casa estiver lotada). A tecnologia e equipamentos na cozinha necessários para a confecção dos pratos serão dois fornos elétricos industriais, dois fogões, duas fritadeiras e um forno a lenha. Toda a parte de talheres, colheres e pegadores de servir. Serão três cozinhas, uma responsável pela parte de esfihas e lanches, outra pela parte da elaboração dos pratos a la carte (e buffet por kilo no almoço) e a terceira responsável por sucos, shakes, drinks (bar).

A tecnologia e equipamentos necessários para o atendimento ao público: todos os atendentes terão dispositivos de comunicação que ficam como head-fones, e quando há necessidade de comunicação apertam um botão que transmite a informação a todos os dispositivos. Farão uso desse equipamento também os colaboradores do bar e do caixa (facilitando e agilizando os pedidos). Os atendentes também contarão com o uso de tablets que alimentarão o sistema com os pedidos realizados, que por sua vez lançará o pedido para qual cozinha efetuará a confecção do prato, suco ou lanche (lembrando que os pedidos serão divididos entre as três cozinhas). A marca “Rei da Esfiha” já é uma marca existente com sete lojas no interior do Paraná, uma no Mato Grosso do Sul e uma na capital do Estado do Mato Grosso. Ela terá entrada na capital Curitiba através do empreendimento em São José dos Pinhais-PR. O “Rei da Esfiha” atua no mercado da cidade de Maringá-PR há 14 anos. Sua matriz está localizada no shopping Avenida Center, um dos primeiros shoppings da cidade. Seu crescimento foi eminente. Desde sua formação, diversos concorrentes tentam tomar espaço de seu mercado, mas sempre ficando com uma participação muito pequena. Até mesmo a maior franquia de comidas

árabes do Brasil tentou entrar na cidade, mas não obteve sucesso. Tudo isso fez com que a marca criasse uma enorme força tornando-se “top of mind” em Maringá.

O público alvo será consumidores das classes B e C, solteiros ou casados, de ambos os sexos, com filhos ou sem filhos, fumantes ou não fumantes, que são consumidores e apreciadores da gastronomia árabe.

Fornecedores: Frutarias e quitandas, mercados, feirantes, fábrica de equipamentos para cozinha industrial, panificadoras, casa(s) de carne(s), papelarias, escritório de contabilidade, fornecedor de ERP, Coca-Cola, Ambev, distribuidores de chopes artesanais, distribuidoras de água, empresas de uniformes profissionais, jardineiro ou empresa especializada em jardinagem, eletricista (ou empresa especializada), distribuidoras de produtos de limpeza e embalagens etc., Sanepar e Copel.

Há quase três anos o mercado local vem sendo estudado e entende-se que para 2016 seria um ótimo momento para o investimento concretizar-se.

### 3. Análise de Mercado

Abaixo, pode-se se observar a população de São José dos Pinhais-PR, quantidade do público masculino e feminino:

População de São José dos Pinhais-PR			
Faixa Etária (anos)	Masculino	Feminino	Total
<b>Total</b>	<b>130.597</b>	<b>133.613</b>	<b>264.210</b>

\*Dados retirados do site oficial da prefeitura da cidade (ano 2015)

#### 3.1 Análise Setorial

O setor de alimentação fora de casa ou de bares e restaurantes, cresce cerca de 10% todos os anos, mesmo levando em consideração que a cada 2 anos 35% dos novos empreendimentos fecham as portas. Esse setor gera aproximadamente 500 mil oportunidades de emprego por ano, de acordo com a ABRASEL. Sendo que a maior parte delas são para garçons, podendo se considerar perto de 300 mil vagas.

Sendo que o garçom é uma das principais necessidades profissionais desse mercado. A despeito de ser um cargo que não exige muita experiência ou estudo e não tem restrições no que diz respeito a idade, classe social, ou qualquer outro tipo de diferença, ainda assim há falta de profissionais no mercado por conta da alta rotatividade. Dessa forma, torna-se mais difícil a qualificação do colaborador.

Apesar de parecer simples, esse setor é um tanto quanto complicado, pois exige cada vez mais qualidade e um conhecimento maior em relação ao ramo. Também é importante dar atenção às regras governamentais e municipais, e ter um ótimo planejamento do negócio.

A grande ameaça do setor é a alta dos custos da matéria prima, alimentos, da energia, da taxa de ocupação. O impacto do custo da mão de obra, também é um desafio enorme, pois para evitar um alto turn-over tende-se pagar melhor ou oferecer melhores benefícios, além do plano de carreira citado no decorrer do projeto.

### **3.2. Análise da Demanda**

A cidade de São José dos Pinhais é uma das grandes potências financeiras do Estado do Paraná. Isso faz com que grandes, médios e pequenos empresários se instalem na cidade, dando assim uma excelente oportunidade de trabalho aos moradores. Assim, a qualidade de vida dos profissionais só melhora a cada dia. Ocorre que antes da inauguração do Shopping São José, o consumo local de diversos seguimentos resumia-se apenas durante a semana e em horário comercial. Ou seja, quem morava aqui e gostaria de sair para lazer ou um jantar em família, deslocava-se até a capital do estado (Curitiba-PR), que o centro de sua cidade está há aproximadamente 15 km de São José dos Pinhais-PR. Após o funcionamento do Shopping, o comportamento dos consumidores locais começou a mudar. Diversos empresários de diversos ramos (principalmente o que envolve lazer, gastronomia e cultura) começaram a ver novas oportunidades que estavam se formando fora do Shopping. Casas noturnas, bares, restaurantes, lanchonetes, etc. De qualquer forma, ainda há no consumidor de São José dos Pinhais-PR o costume de ir até a capital, mas isso já começou demonstrar mais novidade na movimentação deles. Com a economia do país em baixa, muitos que tinham esse costume em demasia ou não, estão optando por ficar na cidade. Como a cidade já está proporcionando esse tipo de comércio, financeiramente é mais favorável que o cliente procure o entretenimento local. E é exatamente aí que surge a oportunidade para um restaurante de cozinha internacional. Para atingir a meta esperada, é necessário a venda conforme tabela abaixo:

<b>Projeção de Vendas</b>				
Tipo da Alimentação	Dia		Mensal	
	Venda	\$	Venda	\$
Buffet 29,90/Kg	1.345,50		40.365,00	
Esfiharia e Lanches	7.000,00		210.000,00	
Pratos a La Carte	400,00		12.000,00	
Bebidas Alcolólicas	600,00		18.000,00	
Bebidas	800,00		24.000,00	
<b>Total</b>			<b>R\$ 304.365,00</b>	

Media variável semanal (levando em consideração maior demanda aos finais de semana).

### 3.3. Análise da Concorrência

Nosso mercado seria apontado ao público que procura almoço em horário comercial, Happy Hour, ou um bom jantar.

Concorrentes Diretos e Indiretos:

- O principal concorrente direto seria o restaurante Habib's que está localizado na entrada da cidade. Seu ponto forte é sua marca que já está bem conhecida em todo o país. Seu ponto fraco é sua qualidade. Muitos consumidores reclamam da qualidade de todos os seus pratos, isso faz com que sua concorrência para comigo diminua.
- Pizzarias – as pizzarias locais não são de grande qualidade. Seu ponto forte é seu preço e seu ponto fraco é a qualidade, não abrem em horário de almoço e não são mais considerados como cozinha internacional.
- Pizzaria Baggio - Coloquei separadamente das demais pizzarias, pois ela seria a única que apresenta boa qualidade. Além do preço, seu ambiente, decoração e localização também são seus pontos fortes. Seu ponto fraco é o preço. Ela sempre teve um preço bem acima das demais concorrentes da cidade, mas com a



inflação do ano de 2015, ficou inacessível para muitas famílias. Outro ponto fraco é que não abrem no almoço.

- Restaurantes “triviais” para almoço durante os dias da semana – Como meu Buffet p/ Kg terá um preço bem acessível de segunda-feira à sexta-feira, esses também podem ser considerados como concorrência. Seu ponto forte é o preço e a localização. Geralmente esses restaurantes estão localizados no centro da cidade, em pontos pequenos de alugueis mais baratos e de fácil acesso para quem trabalha nas empresas e comércio local. Seu ponto fraco é seu ambiente, que não proporciona nenhum tipo de conforto. Outro ponto fraco também em muitos desses restaurantes é que pelo fato de eles serem muito pequenos e a cozinha ficar bem próxima às mesas, os clientes saem do restaurante com o cheiro da comida (fritura, etc...) impregnada nas roupas.
- Praça de alimentação do Shopping – Seu principal ponto forte é toda a estrutura do shopping oferecida, como banheiros, estacionamento, etc. Seu ponto fraco é que para muitos o deslocamento fica inviável. O custo benefício em relação à qualidade comida versus o valor cobrado também pode ser um fator que enfraqueceria a concorrência em relação ao projeto “Rei da Esfiha” (salvo para funcionários do shopping).
- Restaurante Japonês Takê – Seu ponto forte é sua qualidade na cozinha internacional japonesa. Sua marca, apesar de nova na cidade, está se consolidando entre os consumidores locais. Seu ponto fraco é que ele só abre para almoço e seu preço é exorbitante.
- Restaurante Japonês Kojima – Um restaurante bem tradicional da cidade. Seu ponto forte é seu tradicionalismo. Seu ponto fraco é sua estrutura que já é muito antiga e não passa por reforma há anos. Outro ponto negativo é que eles não abrem no almoço.
- Restaurantes de comidas típicas brasileiras “Uai” – Este é um restaurante que serve comida típica mineira no almoço e no jantar serve pizza, comida japonesa e demais petiscos. Seu ponto forte é sua localização e qualidade da comida. Seu ponto fraco é a falta de foco no tipo da comida e ambiente, explico. O restaurante no almoço acertou, pois serve comida típica Mineira (afinal, “Uai” é uma expressão muito usada no estado de Minas Gerais), mas na janta eles oferecem outros tipos de comida, fazendo com que a freguesia que busca uma

comida mais específica não veja com bons olhos, assim correm o risco de perder público com maior poder aquisitivo, sobrando espaço apenas para o público com menor poder aquisitivo.

- Restaurante Mineiro – Um restaurante de comida típica do Estado de Minas Gerais, que está aberto apenas para almoço. Seu ponto forte é o sabor da comida, que realmente é feita como na maioria dos restaurantes de Minas Gerais (muito óleo e fritura, muita caloria, etc...), seus doces típicos também fazem parte de seu ponto forte. Seu ponto fraco é seu funcionamento, que não abre à noite e não abre de domingo.

## 4. Oferta da Empresa

O negócio está se instalando em uma cidade de grandes oportunidades. A despeito de ter uma grande parte da população com mais baixa renda, ainda assim o negócio oferece espaço para esse tipo de público, pois tem a parte de esfiharia e lanches que pode se ver sempre com casas cheias por toda parte dessa região. É claro que estrategicamente para os menos favorecidos financeiramente não vamos ter vantagens competitivas ou preços acessíveis, pois dessa forma, o público alvo se afastaria. Ou seja, será um negócio para a classe C+, B e A-.

O preço, a decoração, a musica, a jardinagem e nos perfumes aromáticos lançados no ambiente serão estrategicamente direcionados para agradar e seduzir o publico alvo. Serão três ambientes separados para atingirmos nosso objetivo. Um será a parte de esfiharia e lanches que será um ambiente um tanto quanto mais simples, um ambiente externo no jardim e outro salão mais reservado com menores salas proporcionando um “ar mais íntimo”. Será uma estratégia de oferecer conforto para cada tipo de público, tendo em vista toda a diferenciação da classe C+ para a A-. Também é certo dizer que o público principal será o B e o A- e que apenas vamos ter um pequeno espaço para o C+.

Nossa maior vantagem competitiva pode se dar pelo fato de que ao mesmo tempo que teremos preço para competir com os restaurantes mais triviais e de menor atratividade gastronômica, ainda seremos um restaurante de cozinha internacional. Também pode-se levar em consideração que a comida árabe é considerada uma das opções mais saudáveis. E como a grande tendência da população é uma vida mais saudável, com exercícios, esportes, pratos menos calóricos e que ofereçam as propriedades nutricionais para enfrentarmos o dia a dia, é certo que estaremos a frente de nossos concorrentes.

Para a comunicação com o mercado, seremos mais “silenciosos”. Não entraremos de forma agressiva nos canais de comunicação (rádio, TV local, outdoors, etc...). A intenção é ser discreto, colocando um ou outro outdoor na cidade com imagem e texto chamativo, provocativo, que faça com que crie curiosidade em quem o veja. O povo do sul do nosso país gosta da sensação da descoberta do novo, de algo especial, diferente,

etc. Isso trará o público na medida certa. Uma publicação no rádio apenas trazendo curiosidade e deixando bem marcado o nome do estabelecimento. Claro que para isso, ao passar na frente do estabelecimento, a faixa mostrará claramente ao público o nome do restaurante.

**Abaixo, podemos ver imagens prévias do cardápio:**





### Promoção

- 121 10 esfihas de carne + 2 kibes de carne.....
- 122 10 esfihas de carne + 5 de frango + 5 de queijo (ricota) .....
- 123 10 esfihas de carne + 10 de queijo (ricota) .....
- + 10 de frango.....
- 124 20 esfihas de carne.....
- 125 30 esfihas de carne.....
- 126 40 esfihas de carne.....
- 127 50 esfihas de carne.....



### Esfihas abertas

- 90 Carne .....
- 91 Queijo (ricota) .....
- 92 Escarola .....
- 94 Frango .....
- 95 Calabresa .....
- 96 Ele x Ela (presunto e mussarela) .....
- 97 Catupiry .....
- 98 Frango catupiry .....
- 99 Tomate seco c/ mussarela .....
- 100 Palmito c/ Mussarela .....
- 101 Camarão .....
- 102 Mussarela .....
- 103 4 queijos .....
- 104 Bacon c/ mussarela .....
- 105 Cheddar .....
- 106 Frango c/ mussarela .....
- 107 Bacon c/ catupiry .....
- 114 Milho c/ Mussarela .....
- 109 Chocolate .....
- 110 Doce de leite .....
- 111 Romeu e Julieta .....
- 112 Brigadeiro .....

### Promoção de esfihas + suco

- 115 3 esfihas de carne + suco .....
- 116 5 esfihas de carne + suco .....
- 117 3 esfihas de carne + 1 de queijo + suco .....
- 118 2 esfihas de carne + 1 de queijo + 1 de frango + suco.....
- 119 1 esfiha de carne + 1 de frango catupiry + 1 de chocolate + suco .....
- 120 3 esfihas de carne + 1 de frango catupiry + 1 de chocolate + suco .....

Obs.: As promoções acima são acompanhadas de 1 suco de laranja de 300ml.

### Mini beirute

- 078 Frango catupiry.....
- 079 Roshife.....
- 080 Kafta.....
- 081 Filé .....

### Mini beirute no prato

- Mini beirute + batata frita + suco.....
- 781 Frango catupiry 782 Roshife 783 Kafta .....
- 811 Mini beirute de filé + batata frita + suco .....

### Beirutes

- 78 Beirute de frango catupiry .....
- 79 Beirute de roshife.....
- 80 Beirute de kafta .....
- 81 Beirute de filé mignon .....
- 82 Beirute à moda da casa .....
- 83 Beirute de picanha.....

### Promoção de beirute + suco

- 84 Beirute de frango catupiry + suco.....
- 85 Beirute de kafta + suco.....
- 86 Beirute de roshife + suco .....
- 87 Beirute de filé mignon + suco .....
- 88 Beirute à moda da casa + suco.....
- 89 Beirute de picanha + suco .....

Obs.: Os pratos acima são acompanhados de 1 suco de laranja de 300ml.

### Kibe frito

- 128 Kibe de carne.....
- 129 Kibe de catupiry.....
- 130 Kibe de mussarela.....



MARINGÁ (44) 3028-2266 DOURADOS (47) 3423-5542  
 DISTR. AVENIDA CENTER  
 3227-9701

www.oreidesfiha.com.br



### Pratos árabes

- 70 Charuto de repolho + kibe cru + tabule + pão sírio.....
- 71 Charuto de repolho + kafta no palito + tabule.....
- 72 2 kafta no palito + tabule + pão sírio.....
- 73 Kibe cru + pão sírio + kafta no palito.....
- 74 2 esfihas de Carne + kibe cru + tabule + pão sírio.....
- 75 Kibe cru + pão sírio + tabule + humus + coalhada.....
- 76 Kibe frito + coalhada + tabule + pão sírio.....
- 761 Charuto + kibe cru + humus + coalhada + babganch + tabule + pão sírio.....
- 762 Arroz c/ lentilha + abobrinha recheada + kafta + tabule.....
- 763 Arroz c/ grão de bico + tabule + kibe cru + coalhada + pão sírio.....

### Saladas

- 136 Salada da casa.....  
Alface, cenoura, tomate, pepino, beterraba, palmito, ovo, presunto, mussarela, azeitona e pão sírio.
- 137 Salada da casa com frango.....
- 138 Salada básica.....  
Alface, cenoura, tomate e pão sírio.
- 139 Tabule.....  
Alface, pepino, tomate, cebola, trigo de kibe e pão sírio.

### Massas

- 01 Panqueca de carne.....
- 02 Panqueca de frango.....
- 03 Panqueca de frango c/ catupiry.....
- 04 Panqueca de presunto e queijo.....
- 05 Panqueca de 4 queijos.....

Obs.: Acompanha arroz e salada.

### Strogonoff

- 08 Strogonoff de carne.....
- 09 Strogonoff de frango.....
- 10 Strogonoff de filé mignon.....  
Obs.: Acompanha arroz e batata palha.

### Porções

- 140 Batata.....
- 141 Mandioca.....
- 142 Salame.....
- 143 Kibinho.....
- 144 Calabresa c/ pão sírio.....
- 145 Frios.....  
Salame, presunto, mussarela, palmito, azeitona e pão sírio.
- 147 Isca de filé mignon c/ pão sírio.....
- 152 Porção de kibe cru c/ pão sírio.....
- 153 Porção de humus c/ pão sírio.....
- 154 Porção de coalhada c/ pão sírio.....
- 155 Porção de charuto.....
- 156 1 kafta no palito.....
- 157 Porção de arroz.....



### Sanduíche natural

- 131 Sanduíche natural de frango.....
- 133 Sanduíche natural.....  
Obs.: Feitos no pão sírio.



MIRASSOL (41) 3028-2266 DOIS IRADOS (67) 3423-5542  
 DISK RESERVA 3227-9701 AVENIDA CENTER

www.oreidaesfiha.com.br



### Pizzas

P M G GG



- 31 Bacon .....  
Mussarela, molho, bacon, cebola, azeitona e orégano.
- 33 Brócolis .....  
Mussarela, molho, bricolis, azeitona e orégano.
- 34 Calabresa .....  
Mussarela, molho, calabresa, cebola, azeitona e orégano.
- 36 Frango catupiry.....  
Mussarela, molho, frango, catupiry, cebola, azeitona e orégano.
- 37 Lombinho .....  
Mussarela, molho, lombinho, cebola, azeitona e orégano.
- 38 Milho .....  
Mussarela, molho, milho, azeitona e orégano.
- 39 Mista completa .....  
Mussarela, presunto, calabresa, bacon, ervilha, milho, ovo, tomate, cebola, azeitona e orégano.
- 40 Moda da casa .....  
Mussarela, molho, presunto, calabresa, ervilha, tomate, cebola, azeitona e orégano.
- 41 Moda do mestre .....  
Mussarela, molho, bacon, milho, azeitona e calabresa.
- 42 Mussarela .....  
Mussarela, molho, tomate, azeitona e orégano.
- 43 Napolitana .....  
Mussarela, molho, parmesão, tomate, azeitona e orégano.
- 45 Palmito .....  
Mussarela, molho, palmito, tomate, azeitona e orégano.
- 47 Portuguesa .....  
Mussarela, molho, presunto, ovo, cebola, tomate, azeitona e orégano.
- 48 Presunto .....  
Mussarela, molho, presunto, tomate, azeitona e orégano.
- 50 Quatro queijos .....  
Mussarela, molho, parmesão, provolone, catupiry, azeitona e orégano.
- 52 Ric. c/ tom. seco .....  
Mussarela, molho, tomate seco, rúcula, azeitona e orégano.
- 53 Strogonoff .....  
Mussarela, strogonoff, batata palha, azeitona e orégano.
- 54 Xizi .....  
Mussarela, molho, bacon, catupiry, batata palha, azeitona e orégano.
- 55 Pizza da foto .....  
Mussarela, calabresa, tomate, cebola, azeitona e orégano.
- 56 Pizza light .....  
Mussarela, molho, palmito, brócolis, milho, tomate, azeitona e orégano.
- 59 Pizza chocolate .....  
Chocolate e chocolate granulada.

### Sucos

C/ÁGUA C/LEITE

- 171 Abacaxi.....
- 172 Abacaxi c/ hortelã.....
- 173 Açaí.....
- 174 Acerola.....
- 175 Amora.....
- 176 Banana.....
- 177 Cacaú.....
- 178 Cajá.....
- 179 Caju.....
- 180 Coco.....
- 181 Cupuaçu.....
- 182 Framboesa.....
- 183 Goiaba.....
- 184 Graviola.....
- 186 Laranja.....
- 197 Limão.....
- 198 Limonada suíça.....
- 199 Maçã.....
- 200 Manga.....
- 201 Mamão.....
- 202 Maracujá.....
- 203 Melancia.....
- 204 Melão.....
- 205 Pessego.....
- 206 Pitanga.....
- 207 Tamarindo.....
- 208 Tangerina.....
- 209 Morango.....
- 210 Clorofila.....
- 216 Uva.....




 (44) MARINGÁ 3028-2266 (57) DOURADOS 3423-5542  
 AGENCIA CENTER AGENCIA CENTER

www.oreidasfiha.com.br



**REI DA Esfiha**

**Vitaminas especiais**  
Com leite e leite condensado

327 Açai c/ banana.....  
328 Açai c/ banana e uva.....  
329 Açai c/ banana, mamão e maçã.....  
330 Banana c/ morango.....  
331 Banana c/ mamão e morango.....  
332 Banana c/ mamão e maçã.....  
333 Framboesa c/ amora e morango.....  
334 Framboesa c/ amora e uva.....  
335 Morango c/ amora e uva.....  
336 Morango c/ framboesa e uva.....  
337 Morango c/ acerola e amora.....  
338 Maracujá c/ morango.....  
339 Maracujá c/ pêssego.....  
340 Morango c/ pêssego.....  
341 Morango c/ uva.....

**Sucos especiais**  
Com água, laranja ou leite

300 Abacaxi c/ hortelã e gengibre.....  
301 Abacaxi c/ limão.....  
302 Abacaxi c/ morango.....  
303 Abacaxi c/ maracujá.....  
304 Acerola c/ cenoura e laranja.....  
305 Acerola c/ mamão e laranja.....  
306 Acerola c/ morango e laranja.....  
307 Caju c/ maracujá.....  
308 Caju c/ morango.....  
309 Cupuaçu c/ morango.....  
310 Laranja c/ abacaxi.....  
311 Laranja c/ beterraba.....  
312 Laranja c/ acerola.....  
313 Laranja c/ beterraba e acerola.....  
314 Laranja c/ beterraba e cenoura.....  
315 Laranja c/ cenoura.....  
316 Laranja c/ limão.....  
317 Laranja c/ manga.....  
318 Laranja c/ maracujá.....  
319 Laranja c/ morango.....  
320 Laranja c/ mamão.....  
321 Laranja c/ pêssego.....  
322 Limão c/ hortelã.....  
323 Limão c/ morango.....  
324 Melancia c/ limão.....  
325 Melancia c/ morango.....  
326 Melancia c/ hortelã.....

## 5. Plano Operacional

Será uma área com 500 m<sup>2</sup>, localizado no centro de São José dos Pinhais-PR, com ampla área externa e excelentes acomodações internas. Na área externa o paisagismo e a decoração tradicional árabe deixarão o ambiente extremamente agradável ao público, já que também será construído um deck de madeira com mesas e guarda-sóis para os dias mais quentes. Excelente ambiente para apreciar o chope artesanal que também será comercializado tanto no almoço quanto no happy hour ou jantar. À noite a iluminação da parte externa será um detalhe que deixará o ambiente encantador. Na parte interna a decoração acompanha a proposta do restaurante, trazendo toda tradição árabe e um pouco da história da comunidade no Brasil. O atendimento contará com uma equipe altamente qualificada, que fará o atendimento nas mesas contando com 1 atendente para cada 10 mesas (15 mesas quando a casa estiver lotada).



Os equipamentos e tecnologia na cozinha necessários para a confecção dos pratos serão dois fornos elétricos industriais, dois fogões, duas fritadeiras e um forno a lenha. Serão três cozinhas, uma responsável pela parte de esfihas e lanches, outra pela parte da elaboração dos pratos a la carte (e buffet por kilo no almoço) e a terceira responsável por sucos, shakes, drinks (bar).

Já para o atendimento ao público a tecnologia e equipamento será: todos os atendentes terão dispositivos de comunicação que ficam como head-fones, e quando há necessidade de comunicação apertam um botão que transmite a informação a todos os dispositivos. Farão uso desse equipamento também os colaboradores do bar e do caixa (facilitando e agilizando os pedidos). Os atendentes também contarão com o uso de tablets que alimentarão o sistema com os pedidos realizados, que por sua vez lançará o pedido para qual cozinha efetuará a confecção do prato, suco ou lanche (lembrando que os pedidos serão divididos entre as três cozinhas).

A parte logística do negócio apresentado trata-se de um plano simples, demonstrado a seguir:

- Recebimento dos fornecedores - segunda-feira à sexta-feira a partir das 8:00 h até 10:30 h e 16:00 h podendo estender até às 17:30 h. Salientando que toda entrada de insumos ocorre pela lateral do prédio que conta com uma área de recebimento de 10 m<sup>2</sup> e posteriormente cada item vai para uma área de armazenamento (estoque). Não trazendo nenhum desconforto para os clientes e também não atrapalhando na limpeza, que deverá estar ocorrendo em algum desses horários. Contaremos com um almoxarife, que será responsável pela conferência e recebimento dos produtos que estão entrando no restaurante.
- Compras – de segunda à sexta podendo iniciar a partir das 6:00 h (por conta de feiras, etc...) até as 10:30 h e a partir das 15:30 h até 16:30 h.
- Recebimento e compra emergencial – Ocorrerá de acordo com a necessidade e será feito de modo que não interfira o conforto dos clientes.
- Para o Buffet na hora do almoço – Haverá uma pessoa na balança pesando e verificando se os clientes precisam de algo mais, uma pessoa no caixa e apenas 3 garçons (responsáveis por servir bebidas ou qualquer outra demanda para

atendimento ao público). – Vale registrar que no almoço o efetivo de garçons será menor, pelo fato de que não será necessário servir os pratos, que ficará por conta dos próprios clientes. Cada cliente receberá um cartão magnético de identificação, em que serão registrados todos os seus pedidos e pesagens de prato. Para sair, ele deverá pagar a conta que automaticamente liberará o cartão magnético para que seja introduzido em uma máquina de conferencia na saída (uma pessoa será responsável por recepcionar e inserir os cartões e despedir-se educadamente da clientela).

- O local contará com um estacionamento com manobrista.
- Nos momentos de happy hour e jantar em que teremos de servir os pratos e porções “à la carte”, teremos um garçom para cada dez mesas (quinze mesas quando estiver com a casa muito cheia).
- Entrada de produtos na cozinha para produção – A cozinha deverá sinalizar o almoxarifado através de uma requisição o que precisará repor para a produção dos próximos 3 dias. Isso deve ocorrer entre 8:00 h e 8:30 da manhã.
- Entrada emergencial de produtos na cozinha para produção – Esta deve ocorrer no caso de alguma falta durante o dia. Não tendo assim como prever horário. A cozinha deverá sinalizar imediatamente o almoxarife, que por sua vez deverá suprir a necessidade da mesma em no máximo 10 minutos.
- As três cozinhas terão seus próprios recursos de armazenamento, contando com geladeiras, armários, potes, garrafas, etc.
- Para entrega em domicílio – Contaremos com um atendente de telefone para tirar os pedidos e terceirizaremos serviços de motoboy.

### **Recursos Humanos**

- Garçom – 1.600,00 + Gorjetas
- Recepcionista – 1.000,00
- Almoxarife Encarregado do Patrimônio – 1.980,00
- Cozinheira 1 – 1.700,00
- Cozinheira 2 – 1.900,00

- Chefe de Cozinha – 2.600,00
- Esfiheiro 1 – 1.300,00
- Esfiheiro 2 – 1.700,00
- Auxiliar de Cozinha 1 – 900,00
- Auxiliar de cozinha 2 – 1.200,00
- Assistente de Cozinha – 1.470,00
- Bar-Man – 1.300,00
- Manobrista – 1.200,00
- Caixa 1 – 1.600,00
- Caixa 2 – 1.800,00
- Atendente Telefone – 1.200,00
- Motoboy – Terceirizado –
- Gerente Geral – 6.000,00
- Supervisor de Atendimento – 3.000,00

A política salarial baseia-se em um plano de carreira desenvolvido por uma empresa de consultoria em RH. Seu objetivo é oferecer ao colaborador oportunidade de crescimento e desenvolvimento na carreira sem que tenha que ser promovido (ou alterar seu cargo).

Cada cargo ganha uma pontuação de acordo com o que é considerado importante pela diretoria e presidência da empresa. Vamos imaginar que a ordem a seguir foram os índices considerados como os graus de importância de competência para o negócio:

1. Experiência;
2. Escolaridade;
3. Esforço Físico;
4. Esforço Mental;
5. Cargo de Gestão;

Sendo acima o que é importante para a empresa, aplica-se uma métrica de pontuação dado como exemplo a seguir apenas para entendimento: entre 150 a 220 para experiência, entre 100 e 180 para escolaridade, entre 80 a 130 para esforço físico,

entre 60 a 110 para esforço mental e um bônus de pontuação entre 80 a 200 que é dado apenas para os cargos de gestão/liderança.

Então, estima-se que todos os cargos exijam os índices acima. Com isso em mente, faz-se uma justa pontuação para cada cargo, exemplo: O garçom, tem maior esforço físico do que o caixa, que tem maior esforço mental (concentração, etc...). Abaixo um exemplo de pontuação do cargo de almoxarife:

<b>Cargo: Almoxarife</b>	
<b>Índices de Exigencia</b>	<b>Pontuação</b>
Experiência	170
Escolaridade	150
Esforço Físico	130
Esforço Mental	90
Cargo de Gestão	0
<b>Total</b>	<b>540</b>

Acima foi avaliado quando de cada item esse cargo exige dando a somatória dos pontos, de acordo com a métrica.

Existe também a matriz de competência para cada cargo, também desenvolvida junto à presidência e diretoria da empresa, além das principais tarefas a serem desenvolvidas, quem é o superior imediato e habilidades necessárias para a função.

De acordo com a pontuação, o cargo fica em um nível salarial. Exemplo abaixo (ainda apontando para o Almoxarife):

<b>Níveis</b>	<b>Cargos</b>	<b>Faixa 1</b>	<b>Faixa 2</b>	<b>Faixa 3</b>	<b>Faixa 4</b>	<b>Faixa 5</b>	<b>Faixa 6</b>	<b>Faixa 7</b>
1	Cargo x, Cargo y, Cargo z	R\$ 101,36	R\$ 108,46	R\$ 116,05	R\$ 124,17	R\$ 132,86	R\$ 142,16	R\$ 152,11
2	Cargo x, <b>Almoxarife</b>	R\$ 152,11	R\$ 162,76	R\$ 174,15	R\$ 186,34	R\$ 199,39	R\$ 213,34	R\$ 228,28
3	Cargo x, Cargo y, Cargo z	R\$ 228,28	R\$ 244,26	R\$ 261,36	R\$ 279,65	R\$ 299,23	R\$ 320,17	R\$ 342,59

Claro que todos os valores acima são apresentados apenas para exemplo e ilustração de como funciona o programa de cargos e salários da empresa. Cada faixa, representa 7% a mais do que a faixa anterior do mesmo nível. Dessa forma o funcionário pode crescer na carreira estando no mesmo cargo, de acordo com a orientação e avaliação de desempenho. Repare que a 7ª faixa tem o mesmo valor da 1ª do próximo nível. Isso é para o profissional que é muito bom no cargo em que está e não tem intenção de promoção ou ainda não há espaço para ele ser promovido, mas já está pronto para quando houver oportunidade. Assim como a primeira faixa, é para o profissional que está iniciando a carreira naquele cargo.

Com esse mesmo raciocínio, pontua-se todos os cargos necessários para o funcionamento do negócio.

## 6. Plano Financeiro

Abaixo, algumas tabelas demonstrativas do investimento e retorno, com as respectivas explicações sobre cada uma delas:

Na tabela “**Investimento**”, podemos entender que os R\$ 400.000,00 serão a primeira parte do investimento, que consiste em compra dos equipamentos, tecnologias, mesas e cadeiras e reforma do ponto. Com mais R\$ 200.000,00 para atender ao fluxo de caixa. Tendo assim um investimento total de R\$ 600.000,00.

<b>Investimento</b>	
<b>Pré</b>	<b>Total</b>
R\$ 400.000,00	R\$ 600.000,00

Na tabela abaixo, apenas mostramos qual será o valor do investimento de cada sócio.

	<b>Investidor 1</b>	<b>Investidor 2</b>
<b>Fonte de Recursos</b>	R\$ 40.000,00	R\$ 560.000,00
<b>Fluxo de Caixa</b>	R\$ 200.000,00	

A previsão de faturamento:

<b>Faturamento Previsto</b>	R\$ 300.000,00
-----------------------------	-------------------

Abaixo mais duas tabelas. A primeira aponta os custos e a segunda o preço previsto para a comercialização (separado por tipo de cozinha):

**Estimativas (média aproximada):**

<b>Custos Unitários</b>		
<b>Cozinha 1</b>		
Custo Unitário Esfihas 1	R\$	0,80
Custo Unitário Esfihas 2	R\$	0,99
Custo Unitário Esfihas 3	R\$	1,15
Custo Unitário Esfihas Doces	R\$	1,30
Custo Unitário Kibe Carne	R\$	2,00
Custo Unitário Kibe Recheado	R\$	2,00
Custo Unitário Beirute 1	R\$	5,60
Custo Unitário Beirute 2	R\$	6,20
Custo Unitário Beirute 3	R\$	6,40
Custo Kebab	R\$	6,00
Custo Unitário Porções 1	R\$	6,00
Custo Unitário Porções 2	R\$	8,00
Custo Unitário Porções 3	R\$	10,00
<b>Cozinha 2</b>		
Custo Unitário Pratos Frios 1	R\$	8,90
Custo Unitário Pratos Frios 2	R\$	10,00
Custo Unitário Pratos Frios 3	R\$	12,00
Custo Unitário Pratos Quentes 1	R\$	7,20
Custo Unitário Pratos Quentes 2	R\$	7,40
Custo Unitário Pratos Quentes 3	R\$	8,15
<b>Cozinha 3</b>		
Suco Natural	R\$	2,20
Suco Polpa / Água	R\$	0,99
Suco Polpa / Leite	R\$	1,80
Sucos Especiais	R\$	1,90
Vitaminas Especiais	R\$	2,20
Drinks Alcoólicos 1	R\$	8,00
Drinks Alcoólicos 2	R\$	3,00
Chope - Litro	R\$	6,00
Cerveja Garrafa	R\$	6,00
Cerveja Long Neck	R\$	3,00

**Estimativas (média aproximada):**

<b>Preço de Venda</b>		
<b>Cozinha 1</b>		
Unitário Esfihas 1	R\$	1,75
Unitário Esfihas 2	R\$	2,00
Unitário Esfihas 3	R\$	2,75
Unitário Esfihas Doces	R\$	2,80
Unitário Kibe Carne	R\$	4,25
Unitário Kibe Recheado	R\$	4,50
Unitário Beirute 1	R\$	14,50
Unitário Beirute 2	R\$	17,50
Unitário Beirute 3	R\$	18,50
Kebab	R\$	15,00
Unitário Porções 1	R\$	15,00
Unitário Porções 2	R\$	18,00
Unitário Porções 3	R\$	25,00
Sanduche Natural	R\$	7,00
<b>Cozinha 2</b>		
Valor Unitário Pratos Frios 1	R\$	19,50
Valor Unitário Pratos Frios 2	R\$	22,00
Valor Unitário Pratos Frios 3	R\$	26,00
Valor Unitário Pratos Quentes 1	R\$	15,00
Valor Unitário Pratos Quentes 2	R\$	17,00
Valor Unitário Pratos Quentes 3	R\$	19,00
<b>Cozinha 3</b>		
Suco Natural	R\$	5,00
Suco Polpa / Água	R\$	4,50
Suco Polpa / Leite	R\$	5,00
Sucos Especiais	R\$	5,50
Vitaminas Especiais	R\$	6,00
Drinks Alcoólicos 1	R\$	15,00
Drinks Alcoólicos 2	R\$	9,00
Chope - Litro	R\$	15,00
Cerveja Garrafa	R\$	10,00
Cerveja Long Neck	R\$	7,00



Abaixo, apontados a quantidade de funcionários, o valor de salário para cada cargo, o valor total dos salários de acordo com o número de funcionários e o custo dos salários com impostos:

Cargo	Nº Funcion.	Salário	Custo Salário	Salário com Impostos (x%)
· Garçom	6	R\$ 1.600,00	R\$ 9.600,00	R\$ 10.368,00
· Recepcionista	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.080,00
· Almojarife Encarregado do Patrimônio	2	R\$ 1.980,00	R\$ 3.960,00	R\$ 4.276,80
· Cozinheira 1	1	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.836,00
· Cozinheira 2	2	R\$ 1.900,00	R\$ 3.800,00	R\$ 4.104,00
· Chefe de Cozinha	1	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.808,00
· Esfiheiro 1	2	R\$ 1.300,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.808,00
· Esfiheiro 2	2	R\$ 1.700,00	R\$ 3.400,00	R\$ 3.672,00
· Auxiliar de Cozinha 1	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 972,00
· Auxiliar de cozinha 2	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.296,00
· Assistente de Cozinha	1	R\$ 1.470,00	R\$ 1.470,00	R\$ 1.587,60
· Bar-Man	2	R\$ 1.300,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.808,00
· Manobrista	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.296,00
· Caixa 1	2	R\$ 1.600,00	R\$ 3.200,00	R\$ 3.456,00
· Caixa 2	2	R\$ 1.800,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.888,00
· Atendente Telefone	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.296,00
· Gerente Geral	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.480,00
· Supervisor de Atendimento	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.240,00
· Motoboy	3	Terceirizado		R\$ -
<b>Total</b>	<b>33</b>		<b>R\$ 53.030,00</b>	<b>R\$ 57.272,40</b>

Nessa tabela, podemos observar o valor dos benefícios que serão oferecidos aos profissionais:

<b>Cargo</b>	<b>Benefícios (total aproximado - VR + VA + Pl. Médico + Pl. Odontológico + VT)</b>
· Garçom	R\$ 17.089,38
· Recepcionista	R\$ 2.848,23
· Almozarife Encarregado do Patrimônio	R\$ 5.696,46
· Cozinheira 1	R\$ 2.848,23
· Cozinheira 2	R\$ 5.696,46
· Chefe de Cozinha	R\$ 2.848,23
· Esfiheiro 1	R\$ 5.696,46
· Esfiheiro 2	R\$ 5.696,46
· Auxiliar de Cozinha 1	R\$ 2.848,23
· Auxiliar de cozinha 2	R\$ 2.848,23
· Assistente de Cozinha	R\$ 2.848,23
· Bar-Man	R\$ 5.696,46
· Manobrista	R\$ 2.848,23
· Caixa 1	R\$ 5.696,46
· Caixa 2	R\$ 5.696,46
· Atendente Telefone	R\$ 2.848,23
· Gerente Geral	R\$ 2.848,23
· Supervisor de Atendimento	R\$ 2.848,23
· Motoboy	
<b>Total</b>	<b>R\$ 85.446,90</b>

E por fim, essa tabela mostra o custo total da mão de obra (Salário com impostos + benefícios).

Cargo	Nº Funcion.	Custo Mão de Obra (Salário Com Impostos + Benefícios)
· Garçom	6	R\$ 27.457,38
· Recepcionista	1	R\$ 3.928,23
· Almozarife Encarregado do Patrimônio	2	R\$ 9.973,26
· Cozinheira 1	1	R\$ 4.684,23
· Cozinheira 2	2	R\$ 9.800,46
· Chefe de Cozinha	1	R\$ 5.656,23
· Esfiheiro 1	2	R\$ 8.504,46
· Esfiheiro 2	2	R\$ 9.368,46
· Auxiliar de Cozinha 1	1	R\$ 3.820,23
· Auxiliar de cozinha 2	1	R\$ 4.144,23
· Assistente de Cozinha	1	R\$ 4.435,83
· Bar-Man	2	R\$ 8.504,46
· Manobrista	1	R\$ 4.144,23
· Caixa 1	2	R\$ 9.152,46
· Caixa 2	2	R\$ 9.584,46
· Atendente Telefone	1	R\$ 4.144,23
· Gerente Geral	1	R\$ 9.328,23
· Supervisor de Atendimento	1	R\$ 6.088,23
· Motoboy	3	R\$ -
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>R\$ 142.719,30</b>

Abaixo o demonstrativo do resultado do exercício previsto (DRE):

<b>CMV (Custo de Produtos Vendidos)</b>		
Receita Bruta de Vendas	R\$	300.000,00
Impostos	R\$	20.000,00
Receita Líquida	R\$	280.000,00
CMV (Custo de Produtos Vendidos)	R\$	15.000,00
<b>Lucro Bruto</b>	<b>R\$</b>	<b>265.000,00</b>
Despesas Comerciais	R\$	15.000,00
Despesas Administrativas	R\$	142.719,30
Despesas Financeiras		
Depreciação e Amortização		
<b>Lucro Operacional</b>	<b>R\$</b>	<b>107.280,70</b>
Lucro Antes de IR e CSLL	R\$	107.280,70
IR e CSLL	R\$	15.019,30
<b>Lucro Líquido</b>	<b>R\$</b>	<b>92.261,40</b>

\*Período de 18/11/15 a 18/12/15.

## 6.1. Análise de Viabilidade

Foi encontrado uma taxa interna de retorno de R\$ 92.261,40. Desse valor, estimasse que seja aplicado 45,8 % (R\$ 50.005,67) seja aplicado para garantir o Payback. A outra parte, R\$ 42.255,73, será dividida conforme tabela a seguir:

<b>Demonstrativo do Investimento (Overview)</b>		
Lucro líquido	R\$	92.261,40
Investimentos /Aplicação para Payback	R\$	50.005,68
Lucro líquido menos aplicações	R\$	42.255,72
Emergencia (reserva mensal)	R\$	10.000,00
Retirada Sócios	R\$	12.000,00
Devolução ao caixa (para aumento do fluxo)	R\$	10.255,72
Manutenção de máquinas e equipamentos	R\$	10.000,00

Os indicadores acima foram escolhidos, por se tratarem dos mais importantes para a visualização da movimentação da empresa. Dessa forma podemos afirmar que o payback se dará em aproximadamente 14 meses.

## 7. Conclusão

A comercialização de alimentos da cozinha internacional árabe na cidade de São José dos Pinhais-PR, encontrada a 20 Km do centro da Capital do Estado do Paraná, Curitiba. Na cidade encontra-se o aeroporto internacional Afonso Pena, com boa malha para todo o país (podendo ser considerado um dos melhores HUBs dos estados do Sul do Brasil). A cidade está localizada há aproximadamente 90 km do porto de Paranaguá e é a principal passagem de todo o sul do país para os demais estados. Trata-se de uma cidade com 264.210 habitantes, segundo o IBG, considerada como a terceira maior economia do estado e isso não ocorre por acaso. Com localização estratégica, mão de obra altamente qualificada e infraestrutura de ponta são razões de sobra para empresários despertarem interesse e terem segurança para instalar-se na cidade. Com isso, a população tem bons empregos e boa qualidade de vida. É nesta cidade que foi apontada uma ótima oportunidade para venda e comercialização de alimentos da cozinha internacional árabe.

O plano de negócio apresentado ao longo de todo esse projeto, tem como finalidade oferecer aos investidores uma excelente oportunidade de retorno financeiro.

O cenário apresentado reflete a realidade dos anos de 2014, 2015 (ano atual) e 2016. Ou seja, caso a intenção do investimento seja para 2017 ou anos posteriores, deverá ser feita uma nova análise de mercado para garantir a viabilidade do negócio como a que foi apresentada neste trabalho. O capital a ser investido terá seu custo, que já está previsto ser pago nos primeiros 14 meses desde a abertura do negócio.

Esse investimento garante claramente uma recomendação para que a decisão de investir seja positiva.

## 8. Referências Bibliográficas

Sebrae → <http://www.sebrae.com.br/>



Abrasel → <http://www.abrasel.com.br/>



Google → <http://www.google.com/>



IBGE → <http://www.ibge.gov.br/>



## **9. Anexos**

Planilha Excel nomeada como “**Anexo TCC FGV GEE 1/14 Bruno Flor da Rosa**”.