

Pontifícia Universidade Católica de Paulo
Faculdade de Economia, Administração, Contábeis e
Atuariais
Curso de Administração

PPPO8 – ENTREGA DE TCC

Annelise Ramos da Silva / RA00297595

Yanca da Silva Siqueira / RA00303782

São Paulo

2024/2

Annelise Ramos da Silva / RA00297595

Yanca da Silva Siqueira / RA00303782

PPPO8 – ENTREGA DE TCC
PLANO DE NEGÓCIOS – RESTRÔ

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado ao curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Contábeis e Atuarias da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Administração.

São Paulo

2024/2

Sumário

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	5
2. CARACTERIZAÇÃO	6
2.1 Definição da Empresa	6
2.1.1 Missão.....	6
2.1.2 Visão de futuro	6
2.2 Estrutura Organizacional.....	6
2.2.1 Localização das instalações	6
2.2.2 Informações legais	9
2.2.3 Equipe Gerencial/Empreendedores (Formação/Qualificações).....	12
2.3 Forma jurídica.....	13
2.3.1 Enquadramento tributário	13
2.3.2 Capital social.....	13
3. O NEGÓCIO	14
3.1 Características do negócio	14
3.2 O diferencial competitivo.....	14
3.3 A necessidade de pesquisa e desenvolvimento para manutenção e evolução do negócio	14
4. O MERCADO – A ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO.....	15
4.1 Planejamento Estratégico	15
4.1.1 Macroambiente.....	15
4.1.2 Demográfico.....	16
4.2 Análise PESTAL.....	17
4.2.1 Político	17
4.2.2 Econômico.....	17
4.2.3 Sociocultural	18
4.2.4 Tecnológico	18
4.2.5 Ambiental.....	19
4.2.6 Legal	20
4.3 Análise SWOT	23

4.3.1 Pontos fortes e fracos da empresa.....	23
4.3.1 Oportunidades e ameaças do mercado.....	25
4.4 Análise do segmento do mercado.....	26
4.5 Perfil dos clientes.....	27
4.6 Análise da concorrência.....	41
4.7 Participação esperada no mercado.....	42
5. O PLANO DE MARKETING.....	44
5.1 Estratégia de vendas.....	44
5.2 Diferencial competitivo do produto.....	44
5.3 Política de preços.....	44
5.4 Projeção de vendas.....	52
5.5 Estratégias promocionais e de comunicação com o mercado.....	53
6. O PLANO DE OPERAÇÕES.....	54
6.1 Descrição do projeto do produto/serviço.....	54
6.2 Descrição do processo produtivo.....	54
6.3 Recursos transformadores e restrições à operação.....	54
6.3.1 Fornecedores.....	54
6.3.2 Capacidade instalada.....	62
6.3.3 Arranjo físico das instalações.....	63
6.3.4 Alocação de pessoal.....	65
6.4 Projeto da rede de operações produtivas.....	66
6.4.1 Decisão de horizontalização ou verticalização das operações.....	66
6.4.2 Estratégia de localização das instalações.....	66
6.4.3 Jornada do cliente.....	67
6.4.4 Estratégia de estoque.....	73
7. O PLANO FINANCEIRO.....	81
7.1 Investimento inicial.....	81
7.2 Receitas esperadas – advindas da demanda e do preço de vendas.....	82
7.3 Custos e despesas – dos planos de operações e de marketing.....	82
7.4 Fluxo de caixa.....	83
7.5 Demonstrativo de resultados/lucratividade.....	83
7.6 Ponto de Equilíbrio.....	83
7.7 Projeção das demonstrações financeiras.....	85
7.8 Elaboração e análise dos demonstrativos – índices e indicadores.....	85
7.8.1 Indicadores de rentabilidade.....	86

7.8.2 Indicadores de capacidade de pagamento.....	86
7.8.3 Indicadores de estrutura de capital	86
7.8.4 Capital de giro	87
7.9 Cálculo da TIR e VPL.....	87
8. GESTÃO DO CAPITAL HUMANO.....	88
8.1 Liderança, valores e cultura organizacional.....	88
8.1.1 Criatividade	88
8.1.2 Qualidade	89
8.1.3 Atenção ao mínimo detalhe	89
8.2 Gestão estratégica de pessoas com base em competências.....	89
8.2.1 Alinhando competências ao negócio	89
8.2.2 Design do perfil de competências	89
8.2.3 Dimensionamento do quadro de pessoal	93
8.2.4 Estratégias de seleção e desenvolvimento.....	108
8.3 Estratégias motivacionais e gestão do clima	109
9. CONCLUSÕES FINAIS.....	111
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O Restrô é um Gastrobar cuja principal oferta é a imersão nos filmes, séries e jogos retrô. Desde a decoração até os pratos, as pessoas irão se sentir dentro dos cenários que viram na infância e adolescência. O mercado gastronômico da cidade de São Paulo é muito competitivo, crescendo cada vez mais ao longo do tempo, com muitos negócios falhando em sua missão de conquistar o público. Através da abordagem diferenciada do Restrô, queremos juntar a memória afetiva com o paladar para fidelizar nossos clientes.

O nome Restrô surgiu da junção de Restaurante com o termo Retrô, cuja definição pelo dicionário Priberam é “Que imita um estilo passado ou anterior (ex.: estilo retrô; moda retrô; óculos retrô; sandálias retrô). A ideia surgiu a partir do conceito do gastrobar, de utilizar a temática da mídia dos anos 1970, 1980 e 1990 como base para o negócio.

2. CARACTERIZAÇÃO

2.1 Definição da Empresa

2.1.1 Missão

Oferecer um ambiente convidativo para aqueles que queiram aproveitar com amigos/família um momento nostálgico.

2.1.2 Visão de futuro

Ser referência em bares temáticos e oferecer a melhor experiência de entretenimento nostálgico para os clientes.

2.2 Estrutura Organizacional

2.2.1 Localização das instalações

Sob uma perspectiva de instalação do estabelecimento, planejamos inseri-lo numa região com boa movimentação e de fácil acesso, buscando uma área entre bairros influentes e próxima às vias de mobilidade, possivelmente próximo a estações de trem/metrô. Características do ponto foram definidas a fim de atender as necessidades estruturais e operacionais do estabelecimento, de forma a ter aproximadamente 400 m², posicionado em uma área comercial.

Em primeiro momento, estabelecemos como referência o bairro Consolação, localizado na região central de São Paulo. Chegar até lá é fácil, já que, além das inúmeras linhas de ônibus, há estações de metrô da linha verde (Consolação), linha amarela (Paulista) e Higienópolis-Mackenzie (linha amarela). Após o surgimento da Avenida Paulista a região ganhou ainda mais importância porque a rua Augusta é um dos pontos de maior concentração de opções para os moradores, já que a vida noturna é bem agitada.

É famoso por diversos motivos, seja para assistir filmes nos cinemas dos shoppings, histórias autorais no cine Caixa Belas Artes ou mesmo no espaço Itaú de Cinema. O bairro possui diversas opções para estudantes, tais como: a Universidade Presbiteriana Mackenzie, o colégio São Luís e o colégio Rio Branco.

Desse modo, após análise, decidimos estabelecer o negócio no endereço Rua Antônio Carlos, 656, visto que o ambiente atende às ideias propostas.

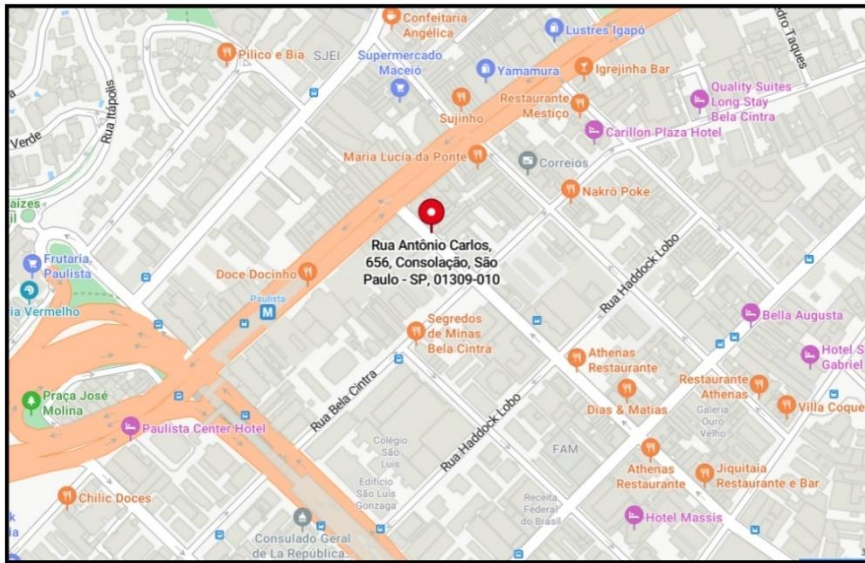


Figura 1 - Endereço

Fonte: Google Maps, 2024

Redondezas:

Transporte público: linha verde (Consolação) e linha amarela (Paulista).

Entretenimento: Parque Ibirapuera, Parque Siqueira Campos, Shopping Frei Caneca, Livraria da Vila, Cine Caixa Belas Artes, espaço Itaú de Cinema, Matilha Cultural.

Escolas: Universidade Presbiteriana Mackenzie, Fundação Armando Álvares Penteado, Colégio Bandeirantes, Colégio São Luiz, Colégio Rio Branco.

Conforme as imagens abaixo, o ambiente atenderá às necessidades estabelecidas:

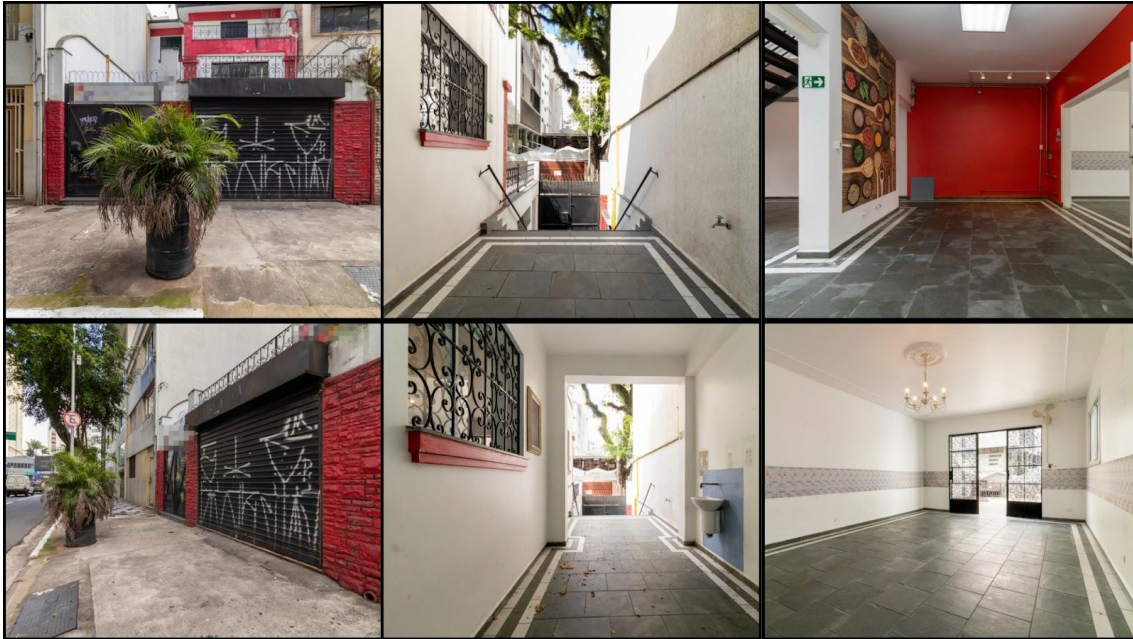


Figura 2 – Fotos do Imóvel

Fonte: SuaQuadra, 2024

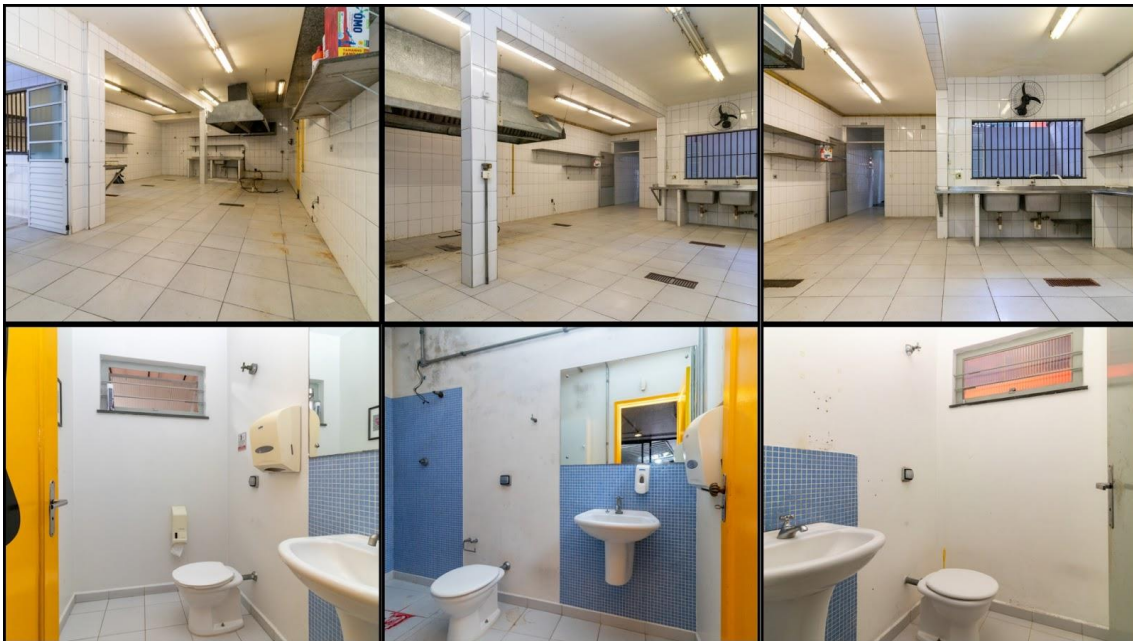


Figura 3 – Fotos do Imóvel

Fonte: SuaQuadra, 2024

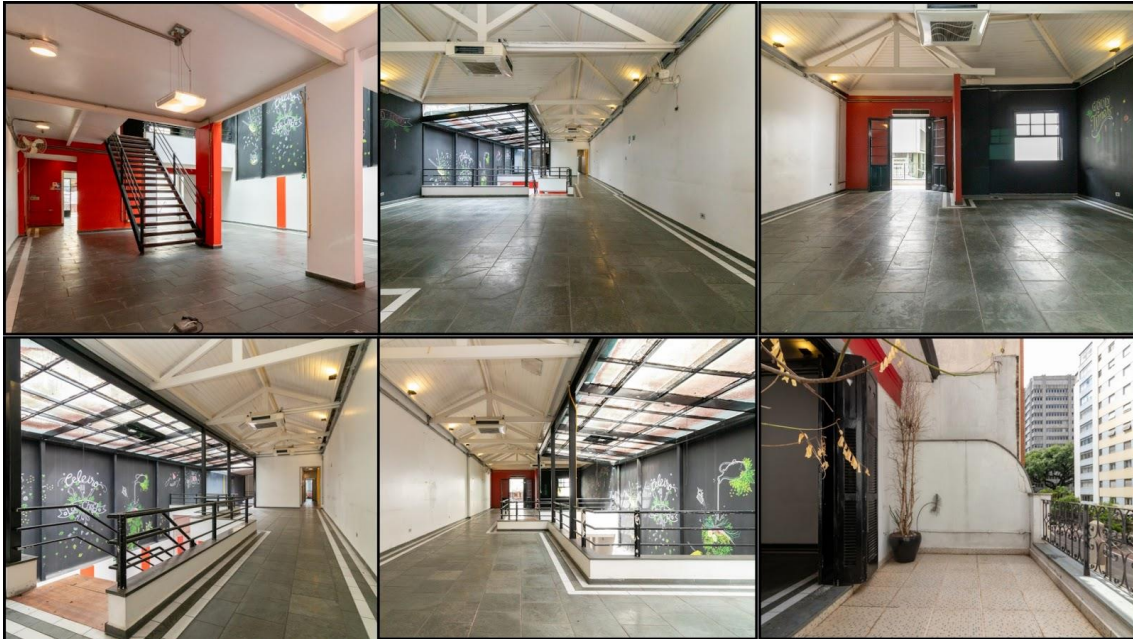


Figura 4 – Fotos do Imóvel

Fonte: SuaQuadra, 2024

2.2.2 Informações legais

- Alvará de funcionamento

Esse documento atesta que um empreendimento está de acordo com as normas estabelecidas pelo município para operar no local. É necessário que tenha em mãos o recibo de quitação do IPTU do estabelecimento; planta do imóvel atualizada e regulamentada; alvará expedido pelo corpo de bombeiros de prevenção contra incêndios; certificação de vistoria da vigilância sanitária, cartão CNPJ e contrato social. Como é um documento que demanda tempo para ser emitido, o ideal será analisar se a escritura do bar está de acordo com a planta que a prefeitura emitir, adequar-se às solicitações contra incêndio dos bombeiros e estar com o planejamento tributário e contrato social em dia e, para o processo ser mais rápido e descomplicado, decidimos contratar uma assessoria de contabilidade, a Rodrigues e Rodrigues, uma consultoria de contabilidade experiente nesses processos.

- Alvará sanitário

É expedido pela Vigilância Sanitária Municipal e tem como objetivo eliminar, reduzir ou prevenir riscos à saúde no estabelecimento. É necessário que o estabelecimento possua um Manual de Conduta, que é um documento que apresenta a maneira que o local trata ou previne situações como contaminação cruzada, coleta de lixo e higiene da cozinha.

- Licenciamento de utilização de marcas de outras empresas

É o direito de utilização de marcas de outra empresa em eventos e promoções a fim de aumentar a percepção de valor no produto e nas vendas. Esse recurso oferece menor resistência ao preço na sua diferenciação e exclusividade pelo produto final. Tem como benefícios: maior possibilidade de sucesso no lançamento de um novo produto; aumento de vendas, através do reconhecimento instantâneo do personagem; abertura de novos clientes; fortalecimento da marca no mercado e maior margem de lucro em comparação com margens genéricas.

Utilizaremos a Sanrio Company como exemplo de utilização de marca, considerando que ela já apresentou detalhes de como funciona o licenciamento.

- Os contratos são de 2 a 3 anos, por esse período deveremos garantir um valor mínimo de remuneração pelo uso da marca (Mínimo Garantido) e nos comprometer a realizar o pagamento em parcelas (usualmente trimestrais), sendo que a primeira parcela é um adiantamento de 20% do valor (pagos no ato da assinatura do contrato).
- Para o cálculo da Remuneração por cada produto vendido, pagamos um percentual de X % sobre o valor de venda líquido (descontados os impostos).
- Para efeito de relatório de vendas, somente devem ser consideradas para o cálculo do royalty às vendas líquidas. Ou seja, as vendas totais, deduzidas as devoluções e os impostos.
- Este valor de Royalties é reportado mensalmente.
- A periodicidade do pagamento pode ser negociada entre ser mensal, ou trimestral.
- Os pagamentos de Royalties são abatidos do Mínimo Garantido. Se os pagamentos de Royalties superarem o Mínimo Garantido, serão pagos os excedentes.

Para implementarmos devemos definir os Valores da Remuneração do contrato.

- Apresentar uma Projeção de Vendas, por mês, anualizada para o período do contrato. O Valor Total de Royalties a serem pagos é determinado a partir da Projeção de Vendas.

$$\text{Unidades Vendidas} \times \text{Preço Líquido} = \text{Valor Total do Faturamento}$$

E sobre o Valor Total de Faturamento, aplica-se o X% de Royalties e o resultado dessa operação será o Valor Total de Royalties estimado.

- Via de regra é estabelecido um valor entre 70% e 80% do Valor Total de Royalties como o valor do Mínimo Garantido a ser considerado no contrato.

Os pagamentos seguirão da seguinte forma:

- O Mínimo Garantido será pago como remuneração mínima pelo uso da marca no tempo definido em contrato.
- Caso não atinja esse valor, pagaremos a diferença entre o valor obtido em Royalties e o Mínimo Garantido.
- Pagamentos:
 - Primeira parcela: 20% à vista, no ato da assinatura do contrato.
 - Demais parcelas: trimestrais, com o vencimento da última parcela 6 meses antes do final do contrato.
 - Se os pagamentos das parcelas do Mínimo Garantido forem maiores que os pagamentos dos reportes mensais, os valores podem ser abatidos do Mínimo Garantido.
 - No momento em que o valor do Mínimo Garantido é atingido, os pagamentos continuam sendo feitos, por serem excedentes ao Mínimo Garantido.

Os reportes e pagamentos são realizados em confiança e estão sujeitos a auditoria.

- Podemos definir em contrato se receberemos os auditores em datas pré-definidas ou não.

- As divergências encontradas estão sujeitas a simples correção do reporte e pagamento das diferenças, multas e correção monetária.
- Nos comprometemos a abrir nossos livros contábeis e registros fiscais para a realização da Auditoria.

A documentação necessária para conseguir o direito à utilização da marca é: projeção de vendas; cadastro para análise e aprovação de crédito; balanços patrimoniais dos últimos dois anos (não se aplica porque somos uma empresa nova); contrato social que revele os poderes dos sócios que respondem pela empresa; comprovante de endereço da empresa e cópia de documento do representante e eventuais procurações.

2.2.3 Equipe Gerencial/Empreendedores (Formação/Qualificações)

Sócia: Annelise.

Nome: Annelise Ramos da Silva.

Endereço: Rua Ipiranga, 322.

Cidade/Estado: Osasco/São Paulo.

Telefone: (11) 98960-8901.

Perfil: cursando o oitavo semestre de Administração na PUC-SP, atualmente trabalhando na área de Customer Experience do Mercado Pago, Inglês fluente.

Atribuições do sócio 1: Administração geral.

Sócia: Yanca.

Nome: Yanca da Silva Siqueira.

Endereço: Alameda Rotherdam 12 - Bloco 1 Apto 13.

Cidade/Estado: Barueri/São Paulo.

Telefone: (11) 97323-7981

Perfil: cursando o oitavo semestre de Administração na PUC-SP, atualmente trabalhando na área financeira da BR Partners Banco de Investimento, Inglês intermediário.

Atribuições do sócio 2: Administração geral.

2.3 Forma jurídica

A empresa contará com duas sócias e possuirá Capital Fechado, enquadrando-se como uma Sociedade Limitada. Todavia, poderá, posteriormente, realizar a abertura de capital para atração de investidores como estratégia para desenvolver o capital de giro. Enquadrando, adiante, como uma empresa de Sociedade Anônima de Capital Aberto, o que permitirá que ela cumpra com as dívidas e amplie sua capacidade financeira, que será utilizada para melhorias internas e para desenvolvimentos de projetos.

2.3.1 Enquadramento tributário

A empresa se enquadra nas condições pré-determinadas pela lei 9.317/1996 - Lei do Simples.

Art. 3º. A pessoa jurídica enquadrada na condição de microempresa e de empresa de pequeno porte, na forma do art. 2º, poderá optar pela inscrição no Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES.

1º A inscrição no SIMPLES implica pagamento mensal unificado dos seguintes impostos e contribuições:

- a. Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ)
- b. Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP)
- c. Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)
- d. Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS)
- e. Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI)

2.3.2 Capital social

Sócia 1 - Annelise Ramos da Silva - R\$ 250.000,00

Sócia 2 - Yanca da Silva Siqueira - R\$250.000,00

Cotas de participação da sociedade - 20 cotas (1 cota - R\$ 25.000,00)

Capital Social Total = R\$ 500.000,00

3. O NEGÓCIO

3.1 Características do negócio

Ativação da memória afetiva por meio de serviço gastronômico e entretenimento, em que os pratos e bebidas harmonizam com a temática dos anos 1970/1980/1990.

3.2 O diferencial competitivo

Proposta inovadora de entrega de experiência gastronômica traçada nas principais animações dos anos 1970/1980/1990, em que o consumidor poderá voltar à infância em um local ambientalizado com pratos, bebidas e distrações dessas décadas.

3.3 A necessidade de pesquisa e desenvolvimento para manutenção e evolução do negócio

Será necessário análise constante sobre o mercado e tendências voltadas aos serviços de bares temáticos; pesquisa ampla de equipamentos de cozinha, mobílias e tecnologias; busca por colaboradores comprometidos e excepcionais; estar de acordo com as normas e leis estabelecidas.

4. O MERCADO – A ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

4.1 Planejamento Estratégico

4.1.1 Macroambiente

A indústria brasileira de alimentos e bebidas foi fortemente impactada pelas restrições da pandemia em 2020, o que provocou o fechamento de muitos negócios e uma retração no faturamento de 27,5%. Desde o ano de 2021, porém, a receita do setor vem retomando seus números e apresentando expansão. Segundo a ABIA, Associação Brasileira da Indústria de Alimentos, em 2023 os canais de distribuição da indústria de alimentos no mercado interno tiveram um faturamento total de R\$851.1 Bilhões, sendo que a participação do Varejo Alimentício foi de 72,4% desse total, deixando uma representação de R\$234,9 bi para o setor de Food Service. Esse faturamento do mercado interno representa uma expansão de 4,5% em relação ao ano de 2022, e a associação apresenta também que houve um crescimento de 3,7% na geração de emprego e renda na indústria alimentícia no mesmo período.

No setor de entretenimento, que também levamos em consideração na proposta de valor do Restrô, uma pesquisa efetuada pela PwC (PricewaterhouseCoopers) mostra que a indústria de entretenimento e mídia está em forte crescimento, após a redução de 2,3% do setor em 2020. A previsão é que até 2026 o segmento chegará a US\$39,9 bilhões em receitas. A pesquisa leva em consideração 14 segmentos do setor, entre eles Consumo de Dados, Publicidade Digital e na TV, Cinema, Acesso à Internet e Games. Durante a pandemia, os gastos do consumidor no mercado de entretenimento foram voltados àqueles que poderiam ser usados dentro de casa, com videogames e serviços de streaming sendo os mais beneficiados. Agora, mesmo com as incertezas do setor após período pandêmico, as pesquisas apontam um cenário de crescimento forte da indústria.

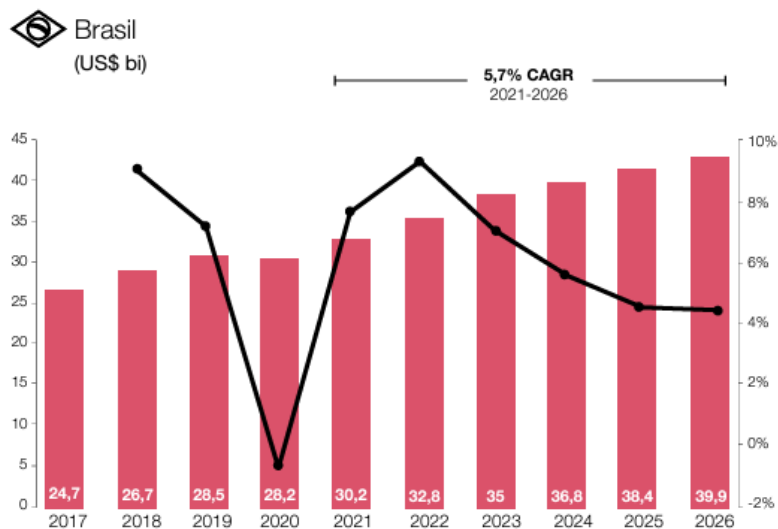


Figura 5 – Crescimento da indústria de entretenimento

Fonte: Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022-2026 - PwC

4.1.2 Demográfico

A cidade de São Paulo, onde estará localizado o Restrô, possui 11.451.245 habitantes de acordo com resultados do Censo 2022, divulgado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), sendo a cidade mais populosa do Brasil, representando 25,7% da população de todo o estado. Em 12 anos, desde o censo de 2010, houve um crescimento populacional no estado de 7,65%.

A PNAD Contínua revelou um rendimento domiciliar per capita em São Paulo de R\$2.492, sendo este o segundo maior do país, atrás apenas do Distrito Federal, que possui rendimento de R\$3.357. A pesquisa mostra que houve um aumento de 11,5% na renda domiciliar per capita no Brasil, tendo como indicadores todas as origens de rendimento, ou seja, não só as provenientes do trabalho, mas também aposentadoria, pensão, aluguel, entre outros. O IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) do estado também se encontra em segundo lugar no ranking de estados, com 0,806 (IBGE, 2021).

A distribuição da população por gênero, segundo os grupos de idade do IBGE (2022) no município de São Paulo mostra que a maior parte da população se encontra na faixa de 35 a 39 anos para o gênero masculino, e 40 a 44 anos para o gênero feminino.

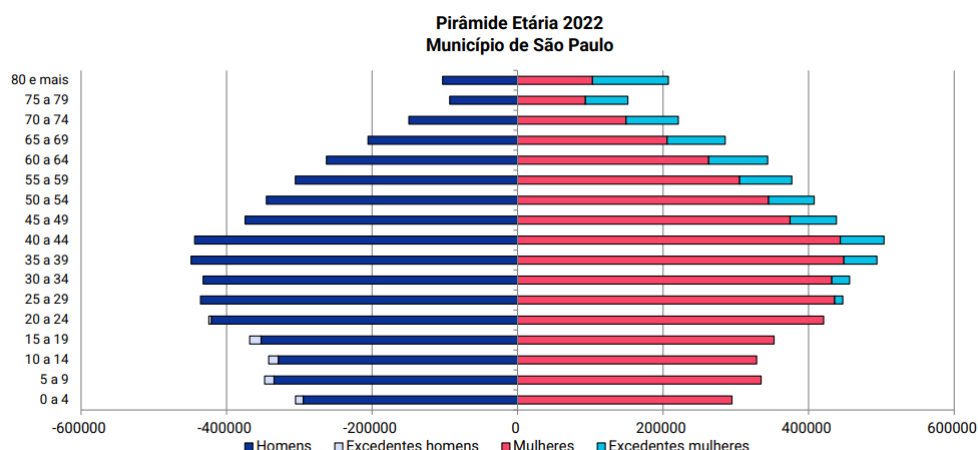


Figura 6 – Pirâmide Etária São Paulo

Fonte: IBGE – Censo Demográfico 2022

4.2 Análise PESTAL

A análise PESTAL é uma ferramenta utilizada para identificar as ameaças e oportunidades do mercado ao qual o estabelecimento faz parte, utilizando fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais e legais.

4.2.1 Político

No cenário político atual não há ameaças em relação ao setor de Food Service e Entretenimento.

4.2.2 Econômico

Segundo dados do Novo Caged (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) e da Pnad Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), o salário médio do trabalhador paulistano chegou em 2023 a R\$5.049, um valor 71% maior em relação à média nacional. É importante ressaltar que esse aumento no salário médio reflete também o registro da menor taxa de desemprego na cidade desde 2015, sendo agora de 6,9%.

O PIB é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade. Em 2021, o PIB de São Paulo foi de R\$2.719.751, o maior do país. Segundo relatório da Fundação Seade (Sistema Estadual de Análise de Dados), a economia paulista deve passar por uma expansão de ao menos 1,7% no ano de 2024.

A indústria alimentícia também vem em forte expansão, tendo uma movimentação de 208 bilhões em 2022 segundo dados da ABIA. O setor de Food Service (restaurantes, bares, lanchonetes) passou por uma fortificação após a pandemia. Em 2023, 88% das empresas do setor apresentaram faturamento igual ou superior ao registrado no

mesmo período em 2022. A Constituição brasileira também passou a reconhecer estes estabelecimentos como essenciais após a reforma tributária, visto a forte presença na economia e no sustento de famílias, cerca de 7,5 milhões de maneira direta segundo a PNAD Contínua.

4.2.3 Sociocultural

Sendo o maior centro urbano brasileiro, a cidade de São Paulo é a mais diversificada culturalmente do país, sendo foco não só de turismo para negócios, mas também um grande destino gastronômico. Em 2022, a cidade foi eleita o 7º melhor destino gastronômico do mundo pelo Travellers Choice, premiação elaborada pelo site de viagens Tripadvisor onde os vencedores são escolhidos pelos usuários da plataforma, com base em avaliações e pontuações coletadas durante 12 meses.

A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de São Paulo (AbraselSP) apontou que a capital tem, atualmente, mais de 156 mil bares e restaurantes. A oferta gastronômica de São Paulo é extremamente variada, desde restaurantes premiados com estrelas Michelin (ao todo 17 possuem o prêmio na capital paulista), até bairros com forte presença imigrante, ampliando a multiplicidade de influências culinárias. A quantidade de bares e restaurantes aumenta a cada ano, e não permanecem confinados nos polos gastronômicos e bairros de classe média e alta, com um número cada vez mais expressivo de estabelecimentos surgindo na periferia. Alguns dos principais polos gastronômicos estão nas regiões do Itaim Bibi, Tatuapé e Pinheiros, enquanto os bairros com maior representatividade do setor são Grajaú, Brasilândia e Capão Redondo.

4.2.4 Tecnológico

As principais tendências para o setor de Food Service após o período pandêmico têm grande foco na utilização da tecnologia como aliada. Desde a promoção dos estabelecimentos através das redes sociais, até o uso de plataformas de delivery, o mercado precisou se reinventar para manter-se presente na economia brasileira. Visto que a proposta do Restrô é oferecer não só a experiência gastronômica, mas também o entretenimento e ativação da nostalgia através da temática do restaurante, vemos a necessidade de forte investimento no uso da tecnologia, seja para manter-se a frente entre competidores indiretos (dark kitchens e deliveries) ou para fornecer a melhor e mais atualizada experiência possível ao consumidor.

4.2.5 Ambiental

De acordo com o livro **ESG esperanças, experiências e realidades**, as preocupações em torno de práticas alinhadas ao ESG representam uma crescente conscientização da massa sobre a importância de encarar problemas relacionados às questões ambientais, sociais e de governança.

O termo ESG passou a ser utilizado em 2004, quando o Secretário-Geral da ONU, Kofi Annan, incentivou cinquenta presidentes de instituições financeiras a inserirem aspectos ambientais, sociais e de governança no mercado de capitais. Com o tempo, a sigla passou a ter um papel fundamental no âmbito empresarial, com diversos estudos apresentando suas práticas como um diferencial competitivo no mercado.

Existem alguns indicadores que se destacam quando pensamos nas práticas ESG, sendo dois dos principais a Norma ISO 26000 e o Diagnóstico Ethos.

A Norma ISO 26000 ou Norma Internacional de Responsabilidade Social não possui fins de certificação, pois tem como finalidade apresentar medidas de responsabilidade social que as empresas podem adotar de maneira voluntária. Ela reforça, especialmente por não possuir uma certificação como o Ethos, o caráter da empresa, que buscaria adotar essas práticas a fim de promover a responsabilidade social empresarial, e não apenas mostrar ao mercado que são sustentáveis através de um documento.

O Instituto Ethos desenvolveu o Diagnóstico Ethos a fim de apoiar pessoas em cargos de gestão a conduzir iniciativas rumo ao desenvolvimento sustentável. Ele é composto por quatro dimensões principais, que são desdobradas em oito temas inspirados na ISO 26000. Destacamos como alguns dos temas importantes para nosso negócio:

- Governança e conduta;
- Práticas concorrenciais;
- Sistemas de Gestão;
- Práticas de Trabalho (Relações de Trabalho; Desenvolvimento Humano, Benefícios e Treinamento; Saúde e Segurança no Trabalho e Qualidade de Vida);
- Questões relativas ao consumidor (Respeito ao Direito do Consumidor; Consumo Consciente);

- Gestão e Monitoramento dos Impactos sobre os Serviços Ecossistêmicos e a Biodiversidade;
- Impactos do Consumo.

A adoção de práticas ESG no setor de Food Service vem crescendo. Dados divulgados pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA) indicam que os investimentos em ações sustentáveis atingiram 0,8% do faturamento médio anual do setor de Alimentos e Bebidas em 2020, totalizando 27% do investimento total da indústria de alimentos no mesmo ano.

O Instituto Ethos apresenta a sustentabilidade empresarial como: “Assegurar o sucesso do negócio no longo prazo e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento econômico e social da comunidade, com um meio ambiente saudável e uma sociedade estável.”

Podemos destacar como principais iniciativas para promoção da sustentabilidade no setor a diminuição de desperdício de alimentos, otimização no consumo de água e energia, efetivação de condições de trabalho justas, promoção da diversidade e inclusão e governança efetiva.

4.2.6 Legal

A prefeitura de São Paulo apresenta em seu site algumas licenças necessárias para um restaurante. São elas:

- ALF - Auto de Licença de Funcionamento. Nenhum imóvel poderá ser ocupado ou utilizado para instalação e funcionamento de usos Não-Residenciais sem prévia emissão, pela Prefeitura, da licença correspondente. Neste caso, o Decreto N° 49.969 de 28 de Agosto de 2008 determina:

Art. 3°. Serão expedidas as seguintes licenças para usos não-residenciais:

I - Auto de Licença de Funcionamento;

II - Alvará de Funcionamento;

III - Alvará de Autorização para eventos públicos e temporários.

Art. 4°. Devem requerer Alvará de Funcionamento os estabelecimentos com capacidade de lotação igual ou superior a 250 (duzentas e cinquenta) pessoas, que pretendam instalar-se, por tempo indeterminado, em parte ou na totalidade de edificação permanente, para o exercício de atividades geradoras de público, incluindo, dentre outras assemelhadas:

VII - restaurantes, bares, lanchonetes e choperias;

- CMVS - Cadastro Municipal de Vigilância em Saúde. Para fins do disposto na Portaria 2215/2016, ficam definidos:
 - I. Licença de Funcionamento Sanitária: documento emitido pelos órgãos de Vigilância em Saúde que permite o funcionamento dos estabelecimentos, serviços e equipamentos instalados no município de São Paulo, que desenvolvem atividades de interesse da saúde de acordo com a legislação sanitária vigente, cujo dígito identificador de situação do CMVS é um (1).
 - II. Cadastro Municipal de Vigilância em Saúde: é o documento emitido pelos órgãos de Vigilância em Saúde que contém os dados do estabelecimento ou serviço instalados neste município que realizem atividades de interesse da saúde, cujo dígito identificador de situação do CMVS é dois (2).
- Vigilância de Alimentos: desenvolve atividades que visam o controle da qualidade dos alimentos comercializados no município de São Paulo, tendo em vista a preservação e a promoção da saúde da população, com o objetivo de minimizar os potenciais riscos químicos, físicos e biológicos decorrentes da fabricação e comercialização dos alimentos.

O Curso de Boas Práticas de Manipulação de Alimentos é uma obrigatoriedade, e capacita os participantes nas boas práticas de manipulação, abordando os seguintes temas: doenças transmitidas por alimentos, higiene e saúde dos funcionários, qualidade da água e controle integrado de pragas, qualidade sanitária na manipulação de alimentos e Procedimentos Operacionais Padronizados para higienização das instalações e do ambiente.

De acordo com a Portaria 2619/11 - SMS:

CONSIDERANDO a necessidade de constante aperfeiçoamento das ações de vigilância em saúde, visando à proteção da saúde da população e as peculiaridades locais, RESOLVE:

Art. 1º - Aprovar o Regulamento de Boas Práticas e de Controle de condições sanitárias e técnicas das atividades relacionadas à importação, exportação, extração, produção, manipulação, beneficiamento, acondicionamento, transporte, armazenamento, distribuição, embalagem e reembalagem, fracionamento, comercialização e uso de alimentos - incluindo

águas minerais, águas de fontes e bebidas -, aditivos e embalagens para alimentos.

Art. 2 - Além da legislação federal, estadual e municipal, os estabelecimentos que realizam quaisquer das atividades descritas no artigo 1º ficam obrigados a cumprir as boas práticas, bem como os procedimentos operacionais padronizados estabelecidos no Regulamento aprovado por esta Portaria.

Art. 3º - A desobediência ao disposto no Regulamento aprovado por esta Portaria configura infração sanitária, punível nos termos da legislação específica e da Lei Municipal nº 13.725, de 09 de janeiro de 2004 (Código Sanitário do Município de São Paulo).

- **Segurança Contra Incêndio:** todas as edificações e áreas de risco por ocasião de regularização e mudança de ocupação necessitam de aprovação no Corpo de Bombeiros da Polícia Militar do Estado de São Paulo. Existem duas documentações, o AVCB (Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros) e CLCB (Certificado de Licença do Corpo de Bombeiros), com este último sendo uma Licença do Corpo de Bombeiros para edificações enquadradas como sendo de baixo potencial de risco a vida e ao patrimônio e que substitui o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB) para todos os fins. O CLCB foi criado pela Instrução Técnica nº 42, de 08 de maio de 2014. A solicitação deste certificado pode ser feita através do sistema Via Fácil Bombeiros, presente no site governamental do Corpo de Bombeiros de São Paulo.

4.3 Análise SWOT



Figura 7 – Análise SWOT

Fonte: Autoria própria, 2024

4.3.1 Pontos fortes e fracos da empresa

De acordo com o dicionário Michaelis, a definição de força é a “Capacidade de impressionar; expressividade, exuberância, vigor”. Levamos em consideração, portanto, que as forças da empresa são as características que a deixam em destaque no mercado. São elas:

- **Localização estratégica:**

O endereço escolhido para o estabelecimento é próximo de duas grandes estações de São Paulo, a Consolação e a Paulista. Além disso, é uma região muito movimentada, especialmente aos finais de semana, por conta dos bares, restaurantes e baladas.

- **Temática distinta:**

Não há outro estabelecimento em São Paulo com temática nostálgica focada em filmes, séries e jogos como é a proposta do Restrô.

- **Interação e entretenimento:**

A ideia do Restrô é proporcionar uma experiência interativa para os clientes, usando a temática dos anos 70, 80 e 90 na decoração, pratos, bebidas, jogos e eventos.

- **Menu personalizado:**

A proposta do Restrô é oferecer um cardápio personalizado inspirado nos filmes, séries e jogos nostálgicos. Há também a possibilidade de oferecer um cardápio diferenciado pensando em eventos sazonais e temáticos.

De acordo com o dicionário Michaelis, a definição de fraqueza é a “Característica do que tem pouca força ou intensidade”. Entendemos, então, que os pontos fracos são os gargalos do negócio, que podem desacelerar o desenvolvimento do estabelecimento. São eles:

- **Novo estabelecimento em mercado competitivo:**

A localização estratégica do Restrô pode ser tratada também como desvantagem. Isso porque está perto de muitos bares e restaurantes que já possuem clientela desenvolvida, o que pode influenciar na concorrência entre estabelecimentos. Além disso, o mercado de Food Service está em crescimento, com diversos novos estabelecimentos surgindo no ramo.

- **Falta de experiência:**

Se conecta à fraqueza de ser uma novidade no mercado. É necessário um grande estudo dos hábitos na região, das preferências dos clientes para alcançar o nível dos concorrentes já estabelecidos.

- **Recursos financeiros limitados:**

É um desafio para todo novo negócio, já que o lucro raramente acontecerá de maneira rápida. Portanto, é necessário persistir e saber como manejar a situação financeira para que o estabelecimento se mantenha aberto.

4.3.1 Oportunidades e ameaças do mercado

A definição de oportunidade de acordo com o dicionário Dicio é “Circunstância favorável para que alguma coisa aconteça”. Logo, deduzimos que as oportunidades são tendências que podem ser adotadas para trazer mais visibilidade ao negócio. São elas:

- **Parcerias com influencers para divulgação:**

A parceria com influenciadores e famosos se tornou comum para todo tipo de negócio. Ter um rosto familiar representando uma marca pode atrair muitas pessoas para o estabelecimento. Pretendemos trabalhar especialmente com influenciadores que abordam a temática da nostalgia, como Nogy (youtuber, dono do Canal 90) e Renato Wamberto (youtuber, dono do canal Nerd Show).

- **Eventos temáticos:**

Considerando os detalhes nostálgicos, visamos nos basear em específicos filmes/séries/jogos para planejar eventos, semanais ou mensais.

- **Eventos sazonais:**

Focado em feriados e datas comemorativas, mas também se aproveitando da nostalgia do bar. Exemplo: na semana de Halloween, usar de filmes da temática (O Estranho Mundo de Jack, Abracadabra, Noiva Cadáver, Halloween, etc) na decoração, pratos e interações para os clientes.

A definição de ameaça de acordo com o dicionário Dicio é “Sinal de que algo ruim ou prejudicial pode acontecer”. Assim sendo, definimos que ameaças são fatores que não estão sob nosso controle, que devem estar sempre em alerta para que possam ser controladas em situações críticas. São elas:

- **Mercado competitivo:**

O mercado gastronômico de São Paulo é um dos mais competitivos e exigentes, devido ao amplo leque de opções. A ameaça pode vir tanto de restaurantes já estabelecidos quanto de novos entrantes no cenário.

- **Crises econômicas:**

As crises econômicas podem ser um resultado de diversos eventos: desastres naturais, guerra, mudanças de clima. Elas impactam diretamente os negócios, já que, quanto pior a situação financeira, menos clientes surgirão.

- **Mudança nas preferências do consumidor:**

As tendências mudam rapidamente, em diversas áreas. Na alimentação, não é muito diferente. É preciso acompanhar essas variações para que o negócio se mantenha atualizado e possa atrair clientes de grupos diversificados.

4.4 Análise do segmento do mercado

A segmentação de mercado é uma estratégia implementada não só na criação da empresa, mas que deve ser realizada frequentemente para orientar os esforços da organização na direção correta. Nada mais é do que definir o público-alvo da empresa, para que seja criado um plano de negócios direcionado para ele. A segmentação de mercado é essencial para sobressair sobre a concorrência, garantir a sobrevivência do negócio em momentos de crise e assegurar o crescimento da empresa.

De acordo com o Sebrae, existem quatro passos para colocar a segmentação em prática. São eles:

- **Tenha consciência de que seu mercado se compõe de diversos segmentos de público.**

A segmentação tem como objetivo entender qual a atuação da empresa dentro de cada fatia de mercado. No caso do Restrô ele faz parte do mercado de Food Service e entretenimento. É importante, portanto, entender que o público é composto por muitos grupos diversos, para atender da melhor maneira possível cada um deles.

- **Escolha dos segmentos.**

Os segmentos escolhidos para o Restrô são o de bares e restaurantes e entretenimento, já que a proposta do negócio é oferecer gastronomia com a experiência de jogos e atividades interativas entre clientes.

- **Foco no público-alvo eleito.**

No tópico 4.5, relacionado ao perfil dos clientes, estabelecemos que o público-alvo do Restrô são pessoas de aproximadamente 25 a 45 anos, de ambos os gêneros e que possuem o hábito de consumir filmes e séries, além de frequentarem bares e restaurantes

com amigos, familiares e parceiro(a). Podemos imaginar, a partir disso, que oferecer experiências interativas para estes grupos pode ser uma boa ideia de negócio.

- **Faça ajustes constantes.**

A segmentação faz parte do planejamento estratégico do negócio e, portanto, deve constantemente ser renovada para que se tenha certeza de que ele fluirá sem adversidades.

4.5 Perfil dos clientes

Montamos o perfil do público-alvo do Restrô com base em um questionário de 27 perguntas. O formulário foi disparado em 04/09/2024, e recebeu um total de 115 respostas até 13/10/2024.

A primeira parte do questionário tinha como objetivo definir fatores demográficos de possíveis clientes do Restrô. Portanto, foi questionada a idade, gênero, estado civil, renda individual mensal, ocupação e onde moram.

Qual a sua idade?
115 respostas

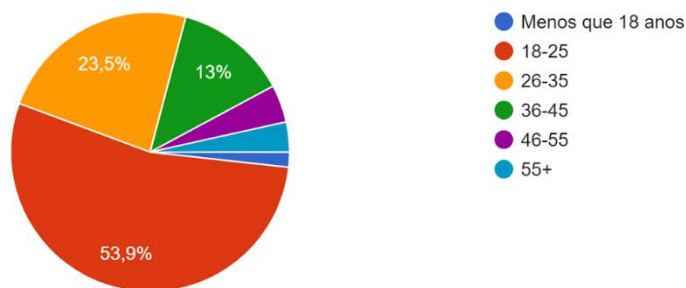


Gráfico 1 – Idade

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

A maioria dos entrevistados se encontra na faixa etária de 18 a 25 anos, com mais da metade da representatividade da pesquisa em 53,9%. São seguidos imediatamente pela faixa etária de 26 a 35 anos, com 23,5% de representatividade e de 36 a 45 anos com 13%.

Qual é o seu gênero?

115 respostas

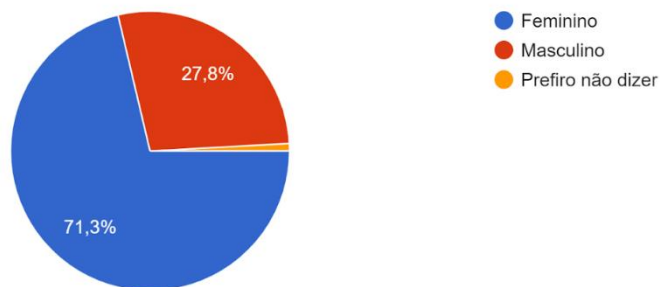


Gráfico 2 – Gênero

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Em relação ao gênero, a maioria dos entrevistados se identifica com o gênero feminino, representando 71,3% do total da pesquisa.

Estado civil

115 respostas

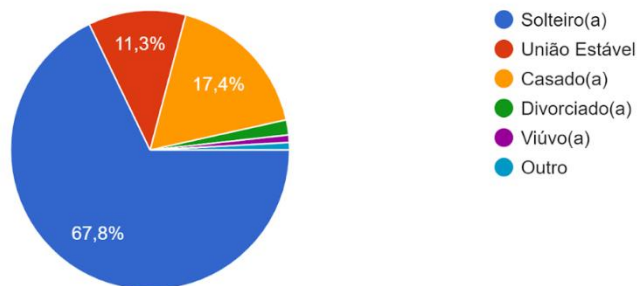


Gráfico 3 – Estado civil

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

O estado civil também possui uma parcela mais significativa, que podemos associar proporcionalmente à idade da grande parcela dos entrevistados, sendo 67,8% deles solteiros.

Qual é aproximadamente sua renda individual mensal?

115 respostas

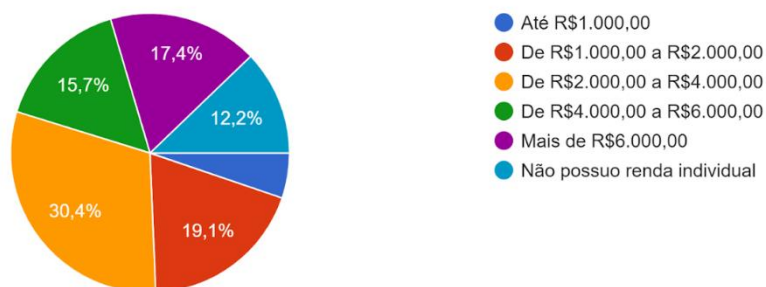


Gráfico 4 – Renda individual mensal

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

A renda individual mensal dos entrevistados foi a resposta do questionário com maior variedade. A maior porcentagem, de 30,4% é representada por aqueles que ganham de R\$2.000,00 a R\$4.000,00, seguida por aqueles que ganham de R\$1.000,00 a R\$2.000,00, com 19,1%.

Qual a sua ocupação?

115 respostas

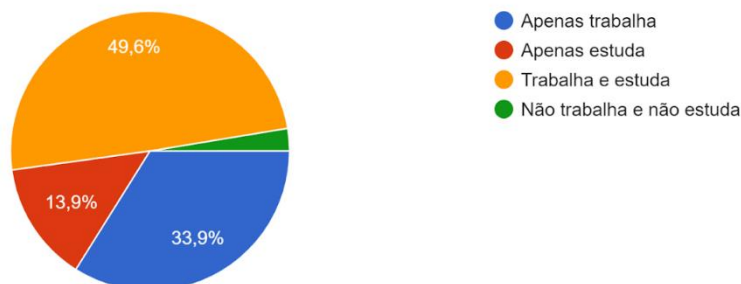


Gráfico 5 – Ocupação

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Em relação à ocupação, 49,6% dos entrevistados responderam que trabalham e estudam, o que pode ser relacionado com a idade de maior predominância, já que é a faixa etária onde a maioria se encontra na faculdade e estagiando. A segunda maior parcela é representada pelos 33,9% que apenas trabalham.

Para finalizar as perguntas demográficas, deixamos uma questão aberta sobre o bairro e cidade onde os entrevistados vivem. As respostas foram variadas, tendo presença tanto na cidade de São Paulo quanto na região metropolitana, como Osasco e Barueri.

Quais atividades você gosta de fazer no seu tempo livre?

115 respostas

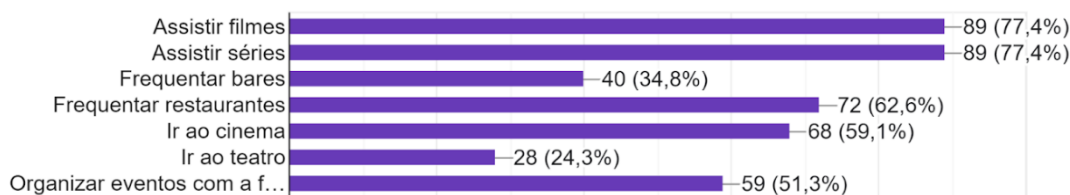


Gráfico 6 – Atividades no tempo livre

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Após o questionário demográfico, procuramos entender mais sobre os hábitos de lazer dos entrevistados, já que a proposta de valor do Restrô é oferecer gastronomia e entretenimento para a população. Dos entrevistados, 77,4% responderam que no tempo livre gostam de assistir filmes e séries, respectivamente. Além dessas atividades, outras com maior representatividade foram frequentar restaurantes (62,6%), ir ao cinema (59,1%) e organizar eventos com a família e amigos (51,3%).

Você tem o costume de frequentar bares e restaurantes?

115 respostas

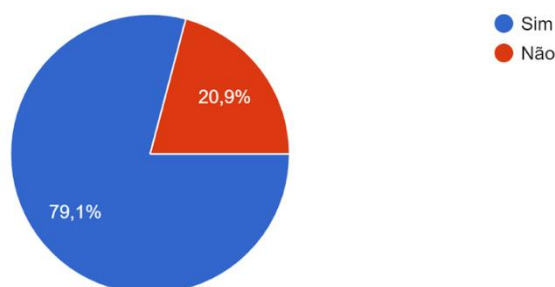


Gráfico 7 – Se frequenta bares/restaurantes

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Questionamos se os entrevistados têm o costume de frequentar bares e restaurantes, com a grande maioria representada por quase 80% dos entrevistados confirmando que frequentam esses estabelecimentos.

Quantas vezes por mês você frequenta bares/restaurantes?

115 respostas

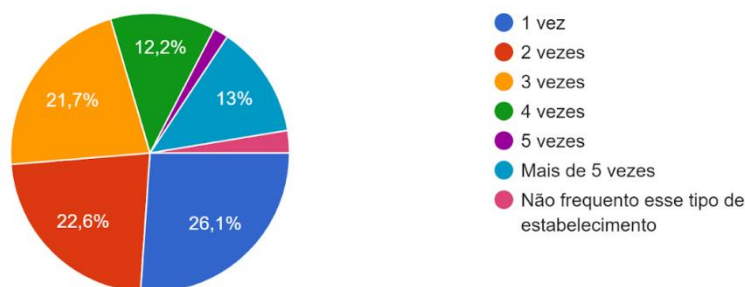


Gráfico 8 – Frequência em bares/restaurantes

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Em relação à frequência de ida a bares e restaurantes, o modelo de negócio apresentado neste plano, as respostas foram bem divididas, com a maioria (26,1%) respondendo que frequentam apenas uma vez ao mês, seguido por duas vezes ao mês (22,6%) e três vezes ao mês (21,7%).

Quanto você costuma gastar em média em uma noite nestes lugares?

115 respostas

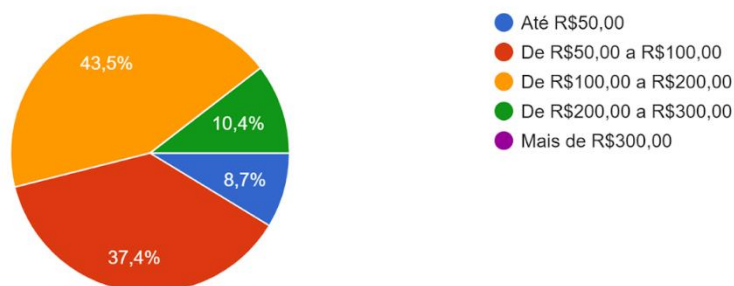


Gráfico 9 – Gasto médio

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Quanto aos gastos nos estabelecimentos, podemos equiparar as porcentagens com as respostas dos gráficos 4 (renda individual mensal) e 13 (com quem costuma ir a estes estabelecimentos). Em grande parcela, os entrevistados sempre estão acompanhados de amigos, família ou parceiro(a) ao frequentarem estes bares e restaurantes. Portanto, podemos entender que os gastos são divididos, com o ticket médio sendo maior considerando o valor total, e não o individual.

Quanto tempo em média você fica nestes lugares?

115 respostas

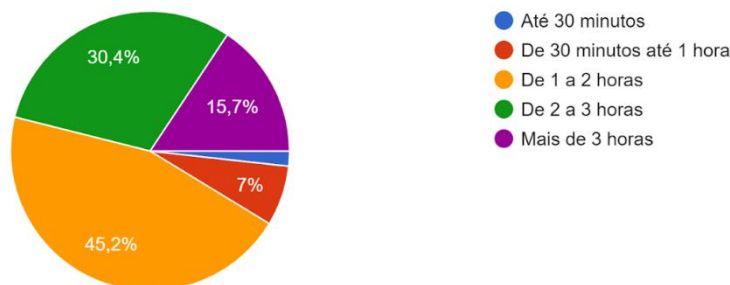


Gráfico 10 – Tempo médio

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Sobre o tempo médio que os entrevistados passam nestes locais, as respostas também foram variadas, com maior representatividade sendo de 1 a 2 horas (45,2%). Considerando que a pergunta foi feita levando em consideração apenas a parte alimentícia do negócio, sem expor as intenções de propostas de entretenimento, podemos esperar que a rotatividade de clientes do Restrô seja menor, mas que seu ticket médio passe por um aumento em comparação a estabelecimentos que oferecem apenas uma das propostas.

Quais alimentos você gosta de consumir nestes estabelecimentos?

115 respostas

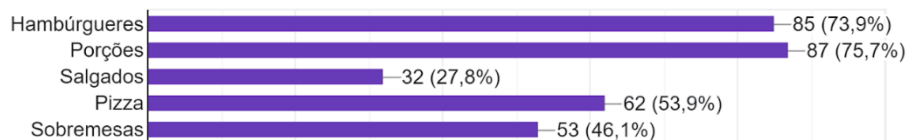


Gráfico 11 – Alimentos

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Questionamos sobre os alimentos geralmente consumidos para estabelecer o cardápio do Restrô, com a grande maioria informando que consome porções (75,7%) e hambúrgueres (73,9%).

Quais bebidas você gosta de consumir nestes estabelecimentos?

115 respostas

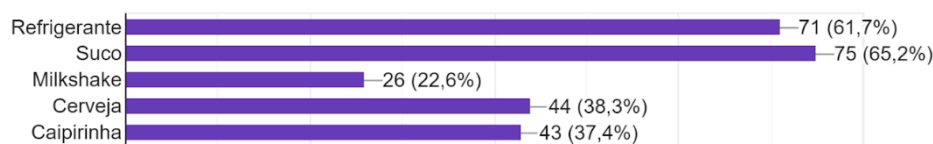


Gráfico 12 – Bebidas

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Sobre as bebidas, houve a maioria de respostas para suco (65,2%) e refrigerante (61,7%). Além disso, podemos considerar as respostas dadas pelos próprios entrevistados, que mencionam drinks alcoólicos que não estavam nas opções. Portanto, também usamos estas respostas para seguir com a criação do cardápio.

Com quem você costuma a ir nestes lugares?

115 respostas

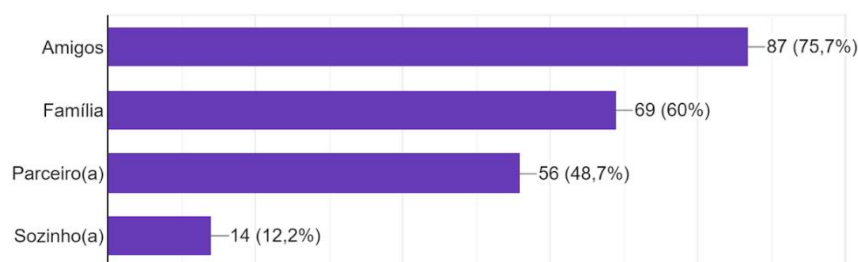


Gráfico 13 – Companhia

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Pouca é a representatividade daqueles que não frequentam ou vão sozinhos a bares e restaurantes, sendo que 75,7% dos entrevistados expressou que frequenta estes locais com amigos, seguido por 60% com família e 48,7% com o parceiro(a).

Seguimos a escala de Liniker para entender do público qual é a importância de certos fatores quando consideram a ida a um estabelecimento, sendo 1 pouco importante e 5 muito importante.

Localização

115 respostas

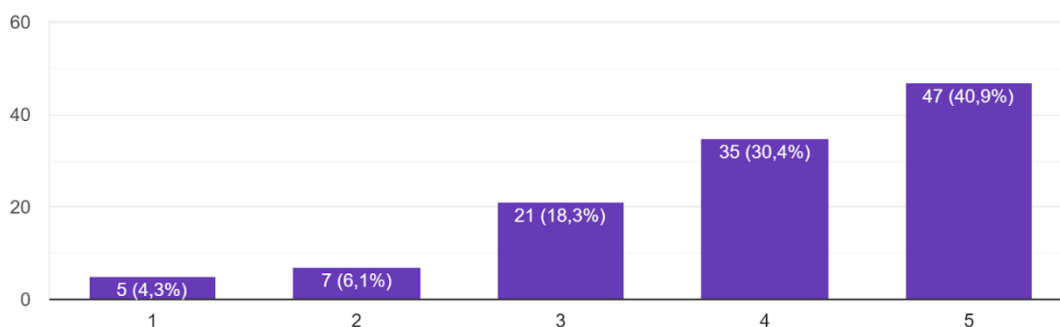


Gráfico 14 – Localização

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Para os entrevistados, a importância da localização ficou bem distribuída, com sua maioria considerando o fator muito importante. A localização ser considerada muito importante pode se dar ao fato de que as pessoas esperam ter fácil acesso ao estabelecimento, ou que estejam em uma região badalada onde poderão aproveitar também outros lugares.

Preço

115 respostas

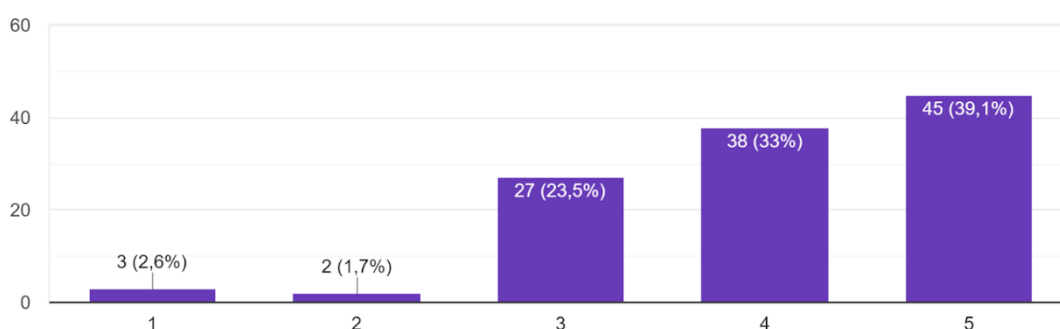


Gráfico 15 – Preço

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

O preço foi considerado muito importante para 39,1% dos entrevistados. Pensando no ticket médio gasto por noite do gráfico 9, entendemos que os valores dos produtos ofertados no Restrô devem acompanhar o do mercado atual. Levando como base um dos concorrentes indiretos, LE Burger Secreto, teríamos:

- Hambúrgueres na faixa dos R\$40,00;
- Porções na faixa dos R\$32,00;
- Sobremesas na faixa dos R\$35,00;
- Bebidas alcoólicas na faixa dos R\$32,00.

Atendimento

115 respostas

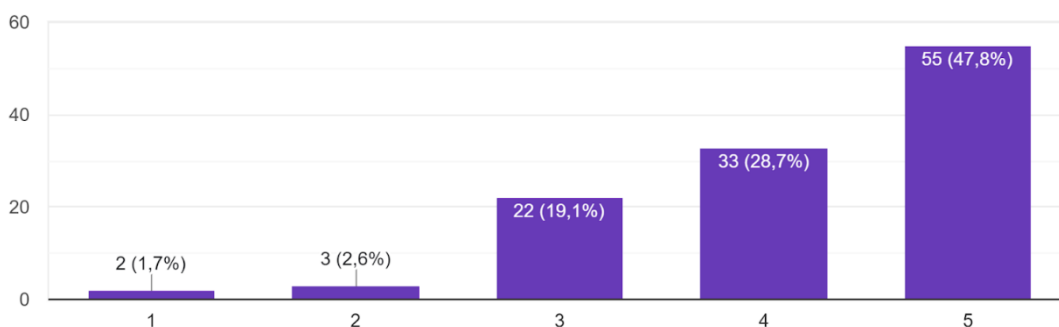


Gráfico 16 – Atendimento

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

O atendimento também foi considerado muito importante pela maioria dos entrevistados (47,8%).

Estacionamento

115 respostas

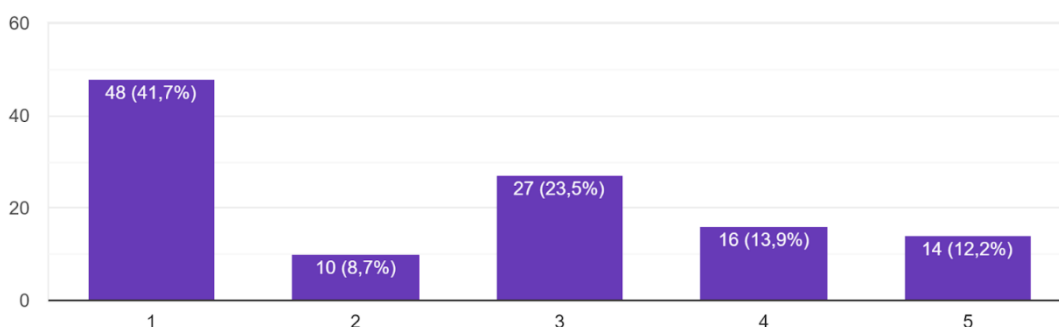


Gráfico 17 – Estacionamento

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Os resultados relacionados à presença de estacionamento no local apresentam como a maior porção dos entrevistados não considera o estacionamento como um fator

muito importante em um estabelecimento. Já que o Restrô oferecerá também bebidas alcoólicas, com o público-alvo sendo maior de 18 anos, entendemos que a proximidade à estações (representada no gráfico 18) e o uso de aplicativos de transporte é muito considerado nas respostas dos entrevistados.

Proximidade à estações

109 respostas

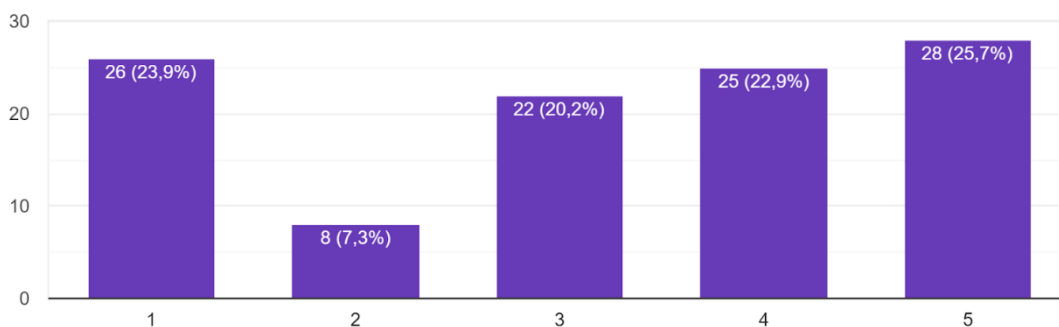


Gráfico 18 – Proximidade à estações

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Qualidade da comida/bebida

115 respostas

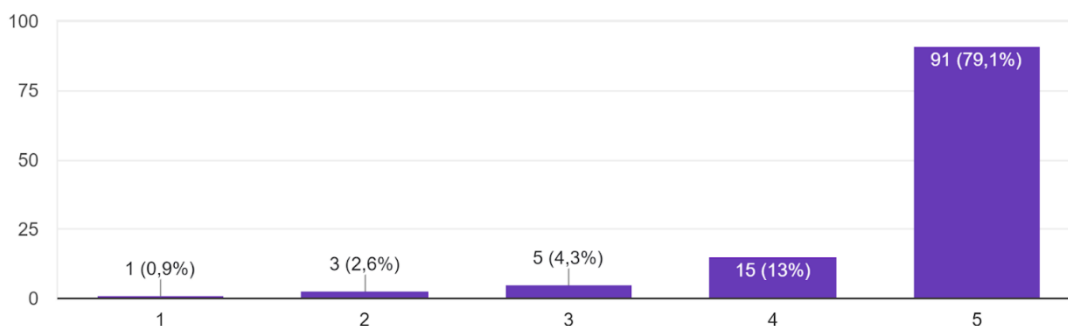


Gráfico 19 – Qualidade da comida/bebida

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

A importância da qualidade da comida/bebida foi a mais significativa de todo o questionário, com 79,1% dos entrevistados a considerando muito importante. Compreendemos a partir disso a necessidade de investimento no cardápio e nos chefs de cozinha do Restrô, já que estes serão os responsáveis pela entrega dessa função essencial para o sucesso do estabelecimento.

Ambiente

115 respostas

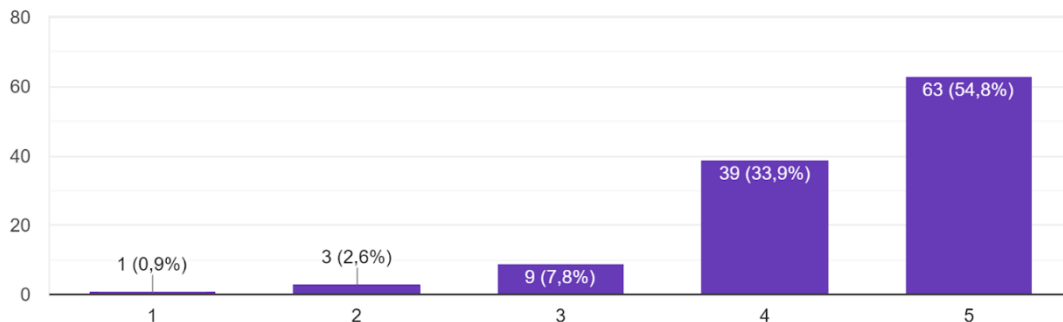


Gráfico 20 – Ambiente

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Como a ideia do Restrô é oferecer a experiência gastronômica e nostálgica, o ambiente do local também é de grande relevância neste plano de negócios, assim como também é considerado muito importante por 54,8% dos entrevistados.

Variedade do cardápio

115 respostas

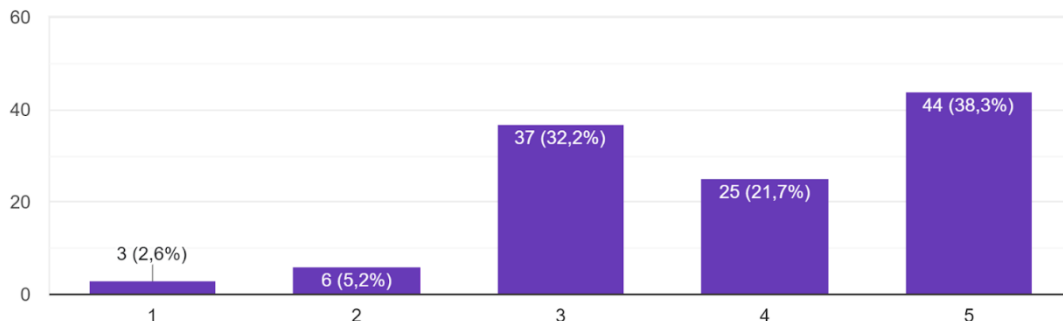


Gráfico 21 – Variedade do cardápio

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

A importância da variedade de cardápio ficou bem distribuída. Este ponto também foi utilizado na criação do cardápio, onde apresentamos uma diversidade de drinks, pratos e sobremesas, ainda seguindo a temática da nostalgia de filmes, séries e jogos.

Para verificar o consumo de mídias, que se encaixa na categoria de entretenimento oferecida pelo Restrô, perguntamos sobre a frequência que os

entrevistados assistem séries e/ou filmes, com que frequência jogam videogames ou jogos de tabuleiro e exibimos alguns exemplos destas mídias, focando na temática nostálgica.

Com que frequência você assiste a séries e/ou filmes?

115 respostas

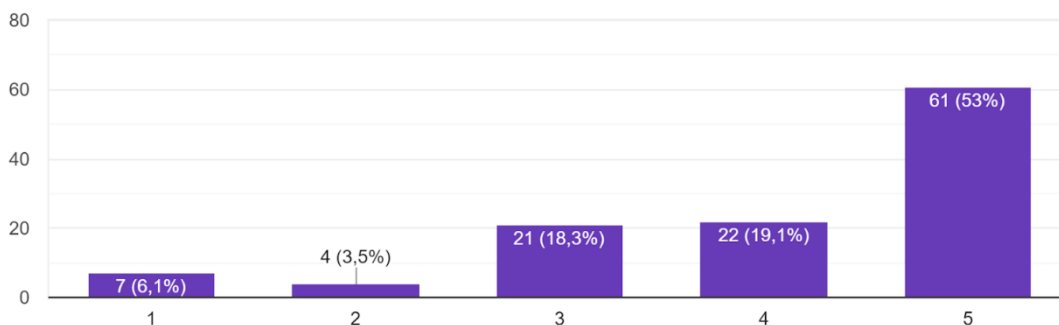


Gráfico 22 – Frequência de consumo de séries/filmes

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

O consumo de séries e/ou filmes é muito mais significativo do que o de videogames e jogos de tabuleiro, com 53% dos entrevistados respondendo que sempre consomem essas mídias, enquanto 24,3% responderam que nunca joga videogames ou jogos de tabuleiro. É fácil perceber essa distinção quando pensamos na presença do streaming nos hábitos do dia a dia, muito mais fácil e mais barato de ser consumido pela população do que videogames.

Com que frequência você joga videogames ou jogos de tabuleiro

115 respostas

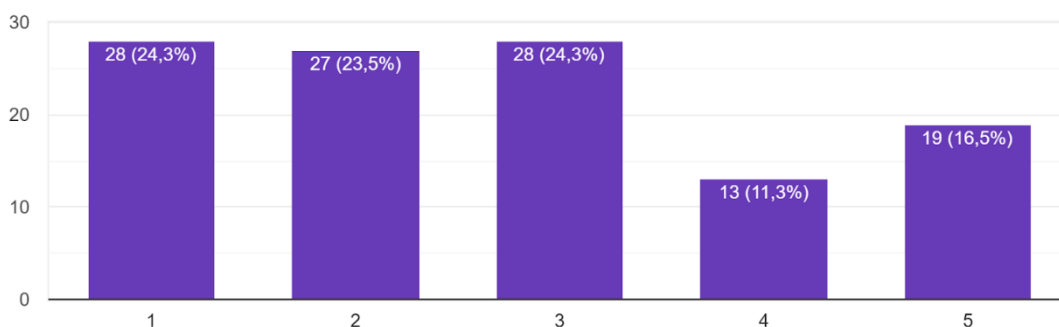


Gráfico 23 – Frequência de consumo de videogames/jogos de tabuleiro

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Da lista de filmes e desenhos apresentados, os que tiveram maior representatividade foram A Era do Gelo (110 respostas), Shrek (109 respostas) e As Branquelas (109 respostas).

Dos filmes/desenhos abaixo, quais você já assistiu ou assiste?

115 respostas

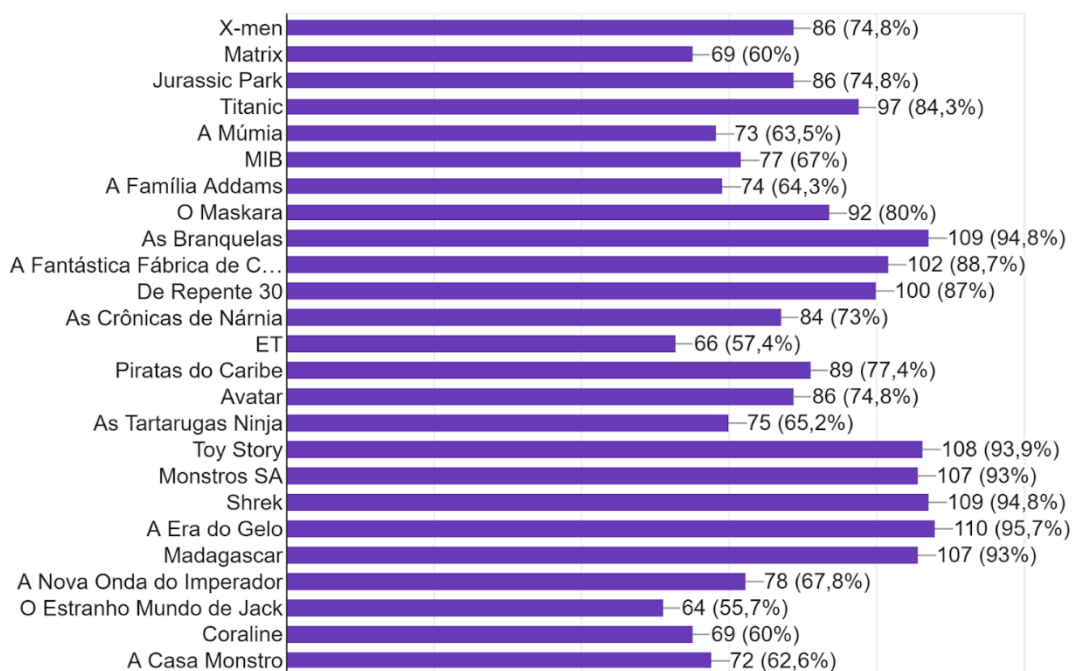


Gráfico 24 – Filmes e desenhos

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Da lista de séries e desenhos apresentados, os que tiveram maior representatividade foram Todo Mundo Odeia o Chris (107 respostas) e Um Maluco no Pedço, Pica Pau e Scooby-Doo (102 respostas).

Das séries/desenhos abaixo, quais você já assistiu ou assiste?

115 respostas

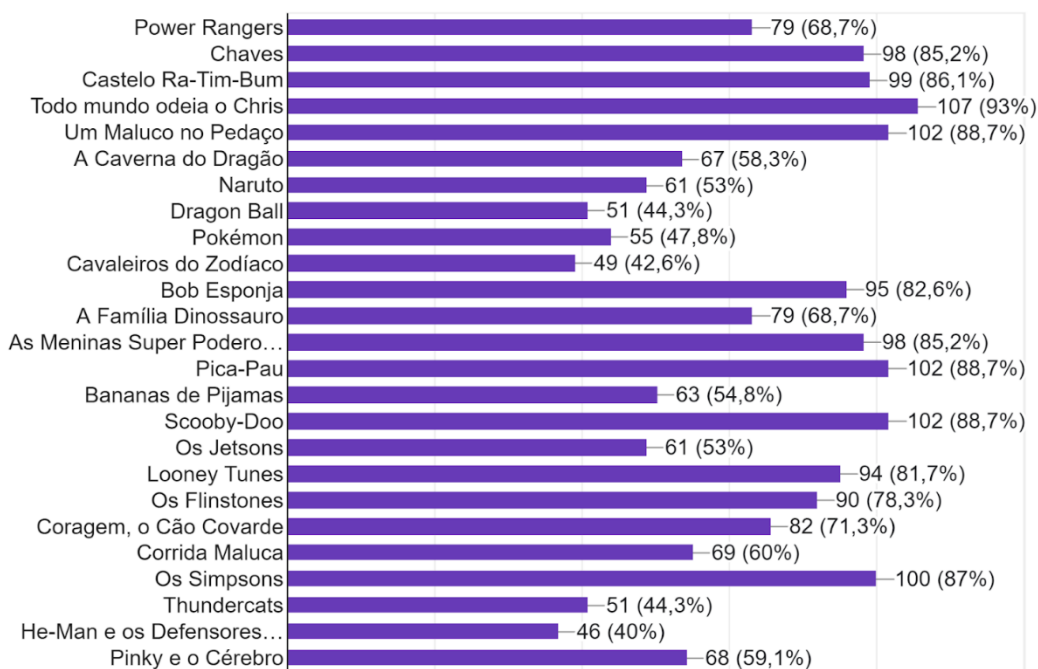


Gráfico 25 – Séries e desenhos

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Em relação à videogames, 104 dos entrevistados respondeu que já jogou ou joga Super Mario, seguido por Sonic (78 respostas) e Pac-Man (76 respostas). Destacamos aqui também os jogos de Fliperama, com representatividade de 57 respostas.

Dos videogames abaixo, quais você já jogou ou joga?

115 respostas

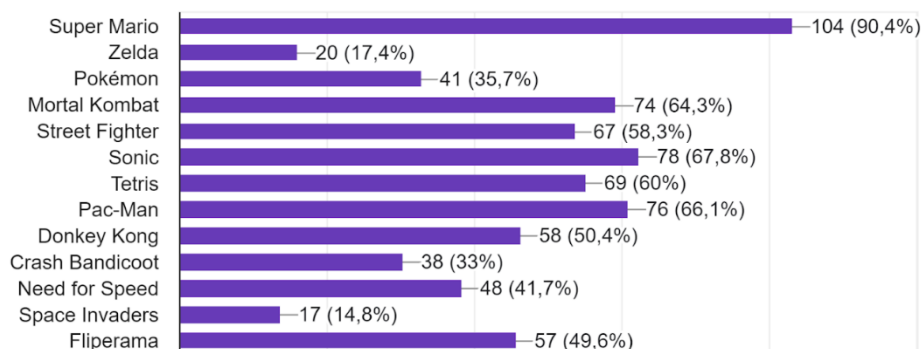


Gráfico 26 – Videogames

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Quanto aos jogos de tabuleiro, 107 responderam já terem jogado ou ainda jogarem Banco Imobiliário, seguido de Dominó (99 respostas) e Dama (88 respostas).

Dos jogos de tabuleiro abaixo, quais você já jogou ou joga?

115 respostas

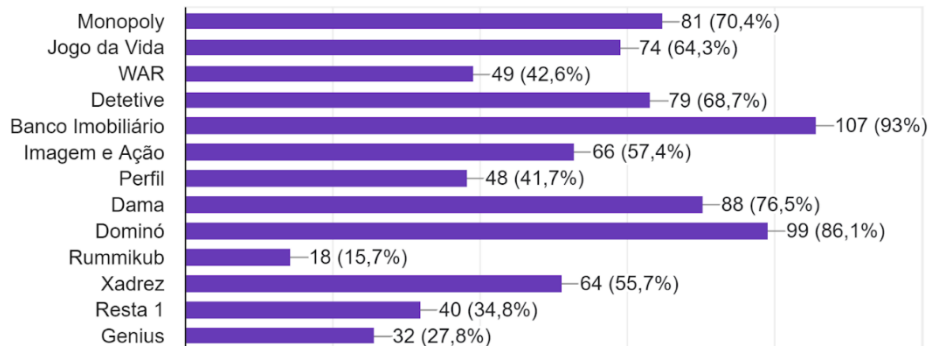


Gráfico 27 – Jogos de tabuleiro

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

4.6 Análise da concorrência

A análise da concorrência foi feita em três âmbitos. Consideramos que não há concorrente direto para o Restrô, já que não encontramos estabelecimento que ofereça a proposta gastronômica e de entretenimento.

Utilizamos, então, a escala Liniker, determinando um grau de importância para cada um dos pontos de comparação entre Restrô e os concorrentes.

Concorrentes indiretos (restaurantes/bares temáticos)	Proximidade do local	Similaridade do ambiente	Similaridade da comida	Similaridade da bebida	Similaridade do público alvo	Total	Ranking
LE Burger Secreto	7	8	8	8	10	8,5	1°
Spoiler Bar	7	4	7	7	8	6,85	2°
Jolly Roger Burger	6	3	6	4	6	5,25	3°
Fantasmagória	7	3	3	6	6	4,75	4°
Arena Heroes Burger	2	2	5	4	7	4,7	5°
Taverna Medieval	5	0	5	6	5	4,4	6°
Vassoura Quebrada	6	2	5	2	5	4,2	7°
O Lúdico	6	1	4	5	4	3,9	8°
Peso	0,1	0,15	0,3	0,15	0,3	1	

Quadro 1 – Concorrentes temáticos

Fonte: Autoria própria, 2024

O primeiro grupo de concorrentes indiretos são de restaurantes e bares que possuem algum tipo de tema ligado ao estabelecimento. A maior similaridade foi em relação ao LE Burger Secreto, uma hamburgueria localizada no Jardim Paulista que possui temática nerd, tanto na decoração quanto nos nomes do cardápio.

Concorrentes indiretos (locais que oferecem refeições e jogos)	Proximidade do local	Similaridade do ambiente	Similaridade da comida	Similaridade da bebida	Similaridade do público alvo	Total	Ranking
Fan Hour	7	5	8	8	8	7,45	1º
Bario Bar	5	5	7	7	7	6,5	2º
Good Game E-Sports Bar	6	3	7	7	6	6	3º
Castelos Bar e Board Games	4	2	7	5	7	5,65	4º
Covil Game Bar	0	3	6	6	7	5,25	5º
Ludus Luderia	7	0	6	6	6	5,2	6º
Encounter	4	3	2	3	4	3,1	7º
Bodogami	6	2	2	2	4	3	8º
Peso	0,1	0,15	0,3	0,15	0,3	1	

Quadro 2 – Concorrentes jogos

Fonte: Autoria própria, 2024

O segundo grupo de concorrentes é o de estabelecimentos que oferecem refeições e jogos, sendo a Fan Hour, hamburgueria localizada em Pinheiros, que possui maior similaridade com a proposta do Restrô, por oferecer um cardápio temático e também um cardápio de jogos disponíveis para os frequentadores.

Concorrentes indiretos (restaurantes/bares próximos)	Proximidade do local	Similaridade do ambiente	Similaridade da comida	Similaridade da bebida	Similaridade do público alvo	Total	Ranking
SHOSHANNA	10	3	4	3	2	3,7	1º
Riviera Bar	9	1	3	5	2	3,3	2º
Casa Fluida	9	2	2	3	2	2,85	3º
Sujinho	9	0	1	3	1	1,95	4º
Urbe Café Bar	10	0	1	2	1	1,9	5º
Sancho Bar Y Tapas	10	1	0	1	1	1,6	6º
La Tartine	10	0	0	0	0	1	7º
Forneria Maia	9	0	0	0	0	0,9	8º
Peso	0,1	0,15	0,3	0,15	0,3	1	

Quadro 3 – Concorrentes próximos

Fonte: Autoria própria, 2024

Por último, temos o grupo de concorrentes ligados à localização escolhida, que não possuem temática ou oferecem jogos. A similaridade deste grupo com a proposta do Restrô é a menor entre todos, considerando que a região do bairro Consolação, onde estará localizado nosso estabelecimento, possui forte presença de bares e restaurantes de diversos tipos.

4.7 Participação esperada no mercado

Com as informações coletadas dos concorrentes diretos, a diferenciação proposta está atrelada a um espaço maior, mais amplo e atrativo, com a programação inovadora de “voltar no tempo” a fim de resgatar a memória afetiva dos anos 1970/1980/1990.

O planejamento do espaço a ser desenvolvido é para capacidade de aproximadamente 200 pessoas por rotação de ambiente para o caso de lotação máxima, distribuídos entre as áreas bar e restaurante. A ideia é aproximar o consumidor do ambiente para que ele conheça a estrutura, o espaço e a qualidade dos pratos e bebidas - condizentes com a ideia nostálgica -, com o intuito de, não apenas ser uma opção de entretenimento, mas sim um dos principais lugares para se querer estar na cidade.

5. O PLANO DE MARKETING

5.1 Estratégia de vendas

Segundo Porter (1980) a “Estratégia competitiva requer (são) ações ofensivas ou defensivas para criar uma posição defensável numa indústria, a fim de (para) enfrentar com sucesso as forças adversas (competitivas) e, assim, obter um retorno maior sobre o investimento.”. Entendemos, portanto, que as estratégias de vendas são de suma importância para o sucesso de um negócio, visto que ele só prosperará com o consumo de seus clientes.

Assim como a Indústria passou por suas revoluções, o Marketing também evoluiu ao longo dos anos, passando por três fases. Segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan “As maiores oportunidades se abrirão aos profissionais que praticam o Marketing 3.0.”, portanto, vamos focar nessa estrutura.

O Marketing 3.0 é a fase de evolução do marketing onde a abordagem evolui de ser centrada somente no consumidor, como foi no Marketing 2.0, para ser centrada também nos valores do ser humano. evolui de ser centrada apenas no consumidor, como ocorre no Marketing 2.0, e passa a também considerar os valores do ser humano.

5.2 Diferencial competitivo do produto

O diferencial competitivo do Restrô se apresenta na oferta de entretenimento do gastrobar. Temos como proposta noites temáticas sazonalmente, de acordo com datas especiais e eventos da cultura geek (muito presente nos elementos nostálgicos que fazem parte do gastrobar), propondo jogos e interações como noites de trivia.

5.3 Política de preços

Definimos o preço de venda a partir da análise de preço de venda dos estabelecimentos concorrentes citados anteriormente. Fundamentando-se nessa análise e em nossos custos de produção e markup, chegamos à proposta de preço abaixo, seguindo nosso cardápio:

Categoria	Subcategoria	Nome no cardápio	Tamanho	Preço	Ingredientes	Descrição
Bebidas	Drink especial	Pílula Azul	400ml	R\$ 35,00	Curaçau Blue, vodka, água de coco e suco de limão.	Veja você mesmo o que é a Matrix.
Bebidas	Drink especial	Pílula Vermelha	400ml	R\$ 35,00	Morango, tequila, Cointreau, suco de limão e xarope de açúcar.	Veja você mesmo o que é a Matrix.
Bebidas	Drink especial	Neuralizador	400ml	R\$ 35,00	Café espresso, Licor 43, Licor 43 Chocolate.	É preciso que beba para (não se) esquecer.
Bebidas	Drink especial	Poção da Yzma	400ml	R\$ 35,00	Amora, hortelã, suco de limão, xarope de açúcar, vodka, água com gás e glitter rosa comestível.	Kronk, puxe a alavanca!
Bebidas	Drink especial	Viagem para Oz	400ml	R\$ 37,00	Shots de arco-íris - Grenadine, vodka, tequila, suco de laranja, suco de limão, rum e Curaçau Blue.	Em algum lugar além do arco-íris.
Bebidas	Drink especial	Poção Felizes para Sempre	400ml	R\$ 35,00	Drink molecular - gin, água tônica com quinino, ágar-ágar, raspas de limão e Cointreau.	A felicidade a uma lágrima de distância.

Bebidas	Drink especial	Coração do Oceano	400ml	R\$ 35,00	Raspadinha de mimosa - suco de laranja, espumante, groselha e hortelã.	Já faz 84 anos.
Bebidas	Drink especial	Elemento X	400ml	R\$ 35,00	Campari infusionado com canela, cravo, anis-estrelado, pimenta preta e raspas de laranja, misturado com gin e vermute. Copo com borda de açúcar com canela.	Açúcar, tempero, e tudo que há de bom.
Bebidas	Drink especial	Beba-me	400ml	R\$ 35,00	Xarope de cereja e de cranberry, suco de abacaxi, leve toque de xarope de caramelo e gin.	Cuidado pra não cair na toca do coelho.
Bebidas	Drink especial	Pérola Negra	400ml	R\$ 35,00	Rum Carta Oro, suco de limão tahiti, xarope de gengibre e água com gás.	Esse é o dia que vocês sempre irão se lembrar: quando quase capturaram Jack Sparrow.
Bebidas	Drink especial	Tenda do Chaves	400ml	R\$ 35,00	Vodka, groselha, refrigerante de limão, hortelã e cereja marrasquino.	Refresco fresquinho, refrescantemente refrescado.
Bebidas	Drink clássico	Pinã Colada	350ml	R\$ 32,00	Rum, creme de leite, leite de coco, xarope de açúcar e abacaxi.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Drink clássico	Margarita	350ml	R\$ 32,00	Tequila, Cointreau, suco de limão e sal.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.

Bebidas	Drink clássico	Mojito	350ml	R\$ 32,00	Rum branco, açúcar, limão, água com gás e hortelã.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Drink clássico	Moscow Mule	350ml	R\$ 32,00	Vodka, xarope de gengibre, soda limonada, suco de limão e espuma cítrica.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Drink clássico	Caipirinha	350ml	R\$ 28,00	Caipirinha de vodka, nos sabores limão, morango, kiwi, abacaxi, abacaxi com hortelã, frutas vermelhas, maracujá.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Chopp	Chopp IPA	300ml	R\$ 16,00	Chopp IPA.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Chopp	Chopp IPA	500ml	R\$ 21,00	Chopp IPA.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Chopp	Chopp ALE	300ml	R\$ 14,00	Chopp ALE.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Chopp	Chopp ALE	500ml	R\$ 19,00	Chopp ALE.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Chopp	Chopp Pilsen	300ml	R\$ 13,00	Chopp Pilsen.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.

Bebidas	Chopp	Chopp Pilsen	500ml	R\$ 18,00	Chopp Pilsen.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Dose	Dose de tequila <i>silver</i>	60ml	R\$ 25,00	Dose de tequila José Cuervo Prata.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Dose	Dose de tequila <i>gold</i>	60ml	R\$ 25,00	Dose de tequila José Cuervo Ouro.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Dose	Dose de whiskey	75ml	R\$ 30,00	Dose de whiskey Jack Daniels.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Dose	Dose de vodka	60ml	R\$ 18,00	Dose de vodka Absolut.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	Dose	Dose de rum	75ml	R\$ 22,00	Dose de rum Carta Oro.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	<i>Soft Drink</i>	Água sem gás	500ml	R\$ 5,00	Água sem gás Crystal.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	<i>Soft Drink</i>	Água com gás	500ml	R\$ 5,00	Água com gás Crystal.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	<i>Soft Drink</i>	Refrigerante	350ml	R\$ 7,50	Refrigerantes da Coca-Cola (Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Sprite, Fanta Laranja, Uva e Guaraná.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.

Bebidas	<i>Soft Drink</i>	Sucos naturais	350ml	R\$ 13,00	Suco feito com a fruta ou polpa natural (laranja, limão, morango, abacaxi com hortelã, maracujá, manga).	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Bebidas	<i>Soft Drink</i>	Sucos naturais	350ml	R\$ 15,00	Limonada Suíça.	Sem descrição no cardápio por não fazer referência.
Pratos	Entrada	Mario World	500g	R\$ 30,00	Burrata com tomate cereja e cogumelos confit, acompanhado de molho pesto e torradinha.	It's-a me, Mario!
Pratos	Prato	Jantar do Alex	300g	R\$ 45,00	Arroz caldoso de ossobuco.	Vai te fazer remexer muito.
Pratos	Pizza	Refeição de um Ninja.	120g	R\$ 30,00	Pizza brotinho de queijo e pepperoni.	A favorita do Leonardo, Michelangelo, Donatello e Rafael.
Pratos	Porção	Bubba Gump (M)	350g	R\$ 35,00	Porção de camarão empanado.	Corre Forrest, corre!
Pratos	Porção	Bubba Gump (G)	500g	R\$ 42,00	Porção de camarão empanado.	Corre Forrest, corre!
Pratos	Porção	Esferas do Dragão	Porção com 7 bolinhos.	R\$ 32,00	Bolinhos de abóbora com carne seca.	Cha-la head-cha-la!
Pratos	Porção	Bolinhos do Kronk (vegetariano)	Porção com 8 bolinhos.	R\$ 32,00	Bolinhos de massa folhada com recheio de espinafre e ricota.	Coma como o Imperador Kuzco!

Pratos	Porção	Macarrão com queijo do Chris	Porção com 8 bolinhos.	R\$ 32,00	Bolinho de mac n' cheese empanado.	Não é o pretarrão com queijo!
Pratos	Porção	Anéis do Sonic	Porção com 15 anéis.	R\$ 28,00	Anéis de cebola empanados.	Gotta go fast!
Pratos	Wrap	Big Renascença	300g	R\$ 35,00	Wrap com frango empanado, maionese temperada, alface, cebola crispy e queijo.	O favorito da Fada Madrinha.
Pratos	Batata recheada	Sr. Cabeça de Batata	450g	R\$ 35,00	Baked potato recheada com queijo, requeijão e bacon.	Olha, eu sou Picasso!
Pratos	Batata recheada	Sra. Cabeça de Batata (vegetariano)	450g	R\$ 35,00	Baked potato recheada com queijo, catupiry e brócolis.	Olha, eu sou Picasso!
Pratos	Sanduíche	Sanduíche do Salsicha	360g	R\$ 38,00	Pão, salsicha schüblig, queijo, ketchup, mostarda, alface, tomate e maionese.	Que tal um lanchinho, Scooby?
Pratos	Sanduíche	Sanduíche de Bell-Air	320g	R\$ 38,00	Pão, bife em fatias finas, cebola, pimentão e queijo.	Você vai querer comer uns cinco dele (assim como o Tio Phil fez).
Pratos	Sanduíche	Sanduba do Joey	380g	R\$ 38,00	Pão, almôndegas (mix de carne de boi e carne de porco), molho marinara, pimentões salteados e queijo.	O melhor sanduíche do mundo!

Pratos	Prato Kids	Criança Detectada	350g	R\$ 30,00	Tiras de filé de frango empanado, macarrão ao sugo e batata frita.	Emergência, temos um 2319!
Sobremesas	Churros	Churros da Dona Florinda	350g	R\$ 22,00	Porção de churros com potinho de doce de leite e de ganache.	Churros churros, olha o churros.
Sobremesas	Bombom	Escaravelho do Imhotep	120g	R\$ 18,00	Bombom de chocolate com recheio de sorvete de baunilha em formato de escaravelho.	Vindo diretamente de Hamunaptra.
Sobremesas	Torta Doce	Use sua Pokébola!	340g	R\$ 28,00	Massa crocante de bolacha, recheio de creme branco, geléia de amora e de morango em formato de Pokébola.	Vai ser grande a emoção, Poookéeeemooooon!
Sobremesas	Torta Doce	Torta de Manteiga Escocesa	120g	R\$ 20,00	Torta com caramelo e chocolate.	Você vai fazer de tudo por essa torta.
Sobremesas	Bolo	Bolo de chocolate da Sra. Trunchbull	220g	R\$ 25,00	Bolo de chocolate, recheio de chocolate e cobertura de chocolate.	Não seria um castigo comer esse bolo inteiro.

Quadro 4 – Cardápio Restrô

Fonte: Autoria própria, 2024

5.4 Projeção de vendas

Elaboramos uma projeção que mostra o crescimento mês a mês, tendo em mente que a expectativa é de que as vendas sigam uma linha de crescimento considerando as sazonalidades, eventos festivos e feriados.

SUBCATEGORIA	CUSTO	PREÇO	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Qtde SEMANA	Custo	Preço
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	5	4	7	6	6	28	R\$ 336,00	R\$ 980,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	7	5	6	8	6	32	R\$ 384,00	R\$ 1.120,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	5	6	7	9	7	34	R\$ 408,00	R\$ 1.190,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	8	8	11	10	7	44	R\$ 528,00	R\$ 1.540,00
Drink especial	R\$ 14,00	R\$ 37,00	3	7	5	8	4	27	R\$ 378,00	R\$ 999,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	6	9	8	7	5	35	R\$ 420,00	R\$ 1.225,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	1	3	4	2	2	12	R\$ 144,00	R\$ 420,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	5	6	7	9	7	34	R\$ 408,00	R\$ 1.190,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	8	8	11	10	7	44	R\$ 528,00	R\$ 1.540,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	1	3	4	2	2	12	R\$ 144,00	R\$ 420,00
Drink especial	R\$ 12,00	R\$ 35,00	5	6	7	9	7	34	R\$ 408,00	R\$ 1.190,00
Drink clássico	R\$ 10,00	R\$ 32,00	8	8	11	10	7	44	R\$ 440,00	R\$ 1.408,00
Drink clássico	R\$ 10,00	R\$ 32,00	1	3	4	2	2	12	R\$ 120,00	R\$ 384,00
Drink clássico	R\$ 10,00	R\$ 32,00	5	6	7	9	7	34	R\$ 340,00	R\$ 1.088,00
Drink clássico	R\$ 10,00	R\$ 32,00	8	8	11	10	7	44	R\$ 440,00	R\$ 1.408,00
Drink clássico	R\$ 9,00	R\$ 28,00	4	1	5	7	7	24	R\$ 216,00	R\$ 672,00
Chopp	R\$ 5,00	R\$ 16,00	5	5	6	8	6	30	R\$ 150,00	R\$ 480,00
Chopp	R\$ 6,00	R\$ 21,00	4	1	5	7	7	24	R\$ 144,00	R\$ 504,00
Chopp	R\$ 4,00	R\$ 14,00	1	3	8	4	2	18	R\$ 72,00	R\$ 252,00
Chopp	R\$ 4,80	R\$ 19,00	6	9	5	7	6	33	R\$ 158,40	R\$ 627,00
Chopp	R\$ 4,00	R\$ 13,00	9	11	13	15	13	61	R\$ 244,00	R\$ 793,00
Chopp	R\$ 5,00	R\$ 18,00	8	8	11	10	7	44	R\$ 220,00	R\$ 792,00
Dose	R\$ 6,50	R\$ 25,00	3	7	5	8	4	27	R\$ 175,50	R\$ 675,00
Dose	R\$ 6,50	R\$ 25,00	6	9	8	7	5	35	R\$ 227,50	R\$ 875,00
Dose	R\$ 8,00	R\$ 30,00	5	5	6	8	6	30	R\$ 240,00	R\$ 900,00
Dose	R\$ 4,00	R\$ 18,00	4	1	5	8	7	25	R\$ 100,00	R\$ 450,00
Dose	R\$ 5,00	R\$ 22,00	1	3	6	2	2	14	R\$ 70,00	R\$ 308,00
Soft Drink	R\$ 1,50	R\$ 5,00	9	11	13	15	13	61	R\$ 91,50	R\$ 305,00
Soft Drink	R\$ 2,00	R\$ 5,00	10	10	12	13	11	56	R\$ 112,00	R\$ 280,00
Soft Drink	R\$ 2,80	R\$ 7,50	8	11	9	10	10	48	R\$ 134,40	R\$ 360,00
Soft Drink	R\$ 4,00	R\$ 13,00	6	9	5	7	6	33	R\$ 132,00	R\$ 429,00
Soft Drink	R\$ 6,00	R\$ 15,00	14	12	11	12	11	60	R\$ 360,00	R\$ 900,00
Entrada	R\$ 8,00	R\$ 30,00	12	10	10	13	11	56	R\$ 448,00	R\$ 1.680,00
Prato	R\$ 24,00	R\$ 45,00	9	8	11	10	10	48	R\$ 1.152,00	R\$ 2.160,00
Pizza	R\$ 8,00	R\$ 30,00	13	9	13	15	13	63	R\$ 504,00	R\$ 1.890,00
Porção	R\$ 12,00	R\$ 35,00	9	13	10	11	12	55	R\$ 660,00	R\$ 1.925,00
Porção	R\$ 21,00	R\$ 42,00	5	10	8	10	9	42	R\$ 882,00	R\$ 1.764,00
Porção	R\$ 10,00	R\$ 32,00	11	15	9	6	13	54	R\$ 540,00	R\$ 1.728,00
Porção	R\$ 10,00	R\$ 32,00	13	9	11	15	13	61	R\$ 610,00	R\$ 1.952,00
Porção	R\$ 10,00	R\$ 32,00	12	10	10	10	11	53	R\$ 530,00	R\$ 1.696,00
Porção	R\$ 9,00	R\$ 28,00	5	6	9	7	6	33	R\$ 297,00	R\$ 924,00
Wrap	R\$ 12,00	R\$ 35,00	11	14	12	12	11	60	R\$ 720,00	R\$ 2.100,00
Batata recheada	R\$ 12,00	R\$ 35,00	9	8	11	10	10	48	R\$ 576,00	R\$ 1.680,00
Batata recheada	R\$ 12,00	R\$ 35,00	5	6	9	7	6	33	R\$ 396,00	R\$ 1.155,00
Sanduiche	R\$ 16,00	R\$ 38,00	11	14	12	12	11	60	R\$ 960,00	R\$ 2.280,00
Sanduiche	R\$ 16,00	R\$ 38,00	5	12	11	7	10	45	R\$ 720,00	R\$ 1.710,00
Sanduiche	R\$ 16,00	R\$ 38,00	15	13	12	13	9	62	R\$ 992,00	R\$ 2.356,00
Prato Kids	R\$ 8,00	R\$ 30,00	5	6	9	10	6	36	R\$ 288,00	R\$ 1.080,00
Churros	R\$ 5,00	R\$ 22,00	6	7	10	11	8	42	R\$ 210,00	R\$ 924,00
Bombom	R\$ 4,00	R\$ 18,00	4	7	9	6	5	31	R\$ 124,00	R\$ 558,00
Torta Doce	R\$ 9,00	R\$ 28,00	6	3	5	8	7	29	R\$ 261,00	R\$ 812,00
Torta Doce	R\$ 4,50	R\$ 20,00	4	7	4	9	5	29	R\$ 130,50	R\$ 580,00
Bolo	R\$ 5,50	R\$ 25,00	8	4	6	7	5	30	R\$ 165,00	R\$ 750,00

Quadro 5 – Projeção de vendas do cardápio - 2025

Fonte: Autoria própria, 2024

Premissas de Custos - Valor R\$ mil	2025	2026	2027	Custo Médio	
Diária	R\$ 2.116,50	R\$ 2.291,37	R\$ 2.502,00	R\$ 20,75	2025
Mensal	R\$ 63.494,40	R\$ 68.740,96	R\$ 75.059,97	R\$ 21,50	2026
Anual	R\$ 761.932,80	R\$ 824.891,48	R\$ 900.719,63	R\$ 22,25	2027

Premissas de Venda - Valor R\$ mil	2025	2026	2027	Ticket Médio	
Diária	R\$ 6.261,20	R\$ 6.909,36	R\$ 7.690,29	R\$ 61,38	2025
Mensal	R\$ 187.836,00	R\$ 207.280,78	R\$ 230.708,69	R\$ 64,82	2026
Anual	R\$ 2.254.032,00	R\$ 2.487.369,39	R\$ 2.768.504,32	R\$ 68,39	2027

Número de Clientes	2025	2026	2027	RS 61,38
Diária	102	107	112	
Mensal	3.060	3.198	3.374	
Anual	36.720	38.372	40.483	

Quadro 6 – Projeção anual de três anos

Fonte: Autoria própria, 2024

5.5 Estratégias promocionais e de comunicação com o mercado

As estratégias promocionais e comunicação terão grande foco nas redes sociais, principalmente no Instagram. Hoje, a rede conta com cerca de 113 milhões de usuários apenas no Brasil, sendo a terceira rede social mais utilizada no país.

Queremos aproveitar da temática nostálgica para nossas promoções, instigando os clientes com jogos de perguntas e respostas principalmente em relação aos eventos temáticos.

Além disso, seguindo a proposta do Marketing 3.0, pretendemos mostrar aos clientes a preocupação ESG do Restrô. Podemos apontar como principais pontos a reciclagem (environmental), projetos sociais na região, como apoio a ONG's (social) e a ajuda no desenvolvimento dos funcionários (governance).

6. O PLANO DE OPERAÇÕES

6.1 Descrição do projeto do produto/serviço

O Restrô é um projeto de gastrobar com a oferta de entretenimento, com o serviço sendo dividido em três categorias.

Gastrobar: mantendo a temática nostálgica da nossa proposta, as comidas e bebidas do cardápio do Restrô serão legítimas experiências culinárias, onde os clientes poderão ter um pedacinho das séries, filmes e jogos que tanto amam em suas mesas.

Entretenimento: estarão disponíveis no estabelecimento fliperamas, jogos de tabuleiro e videogames para entreter, além das noites temáticas com interações entre os clientes.

Atendimento: o atendimento é parte essencial do projeto do Restrô, posto que em um restaurante o suporte aos clientes é a chave que encerra uma experiência extraordinária.

6.2 Descrição do processo produtivo

O processo produtivo do estabelecimento se divide também em três categorias.

Gastrobar: os chefs de cozinha, assistentes e bartenders serão os responsáveis por entregar os melhores resultados possíveis com a matéria-prima que terão à disposição, oferecendo comidas e bebidas saborosas aos consumidores.

Entretenimento: para gerenciar de maneira mais organizada o uso dos fliperamas e jogos, pretendemos colocar um gasto mínimo para que os clientes possam aproveitar o que o estabelecimento oferece de diversão.

Atendimento: os garçons e atendentes serão devidamente treinados para garantir que estejam sempre inteirados acerca da jornada do cliente, podendo garantir a eficácia no atendimento.

6.3 Recursos transformadores e restrições à operação

6.3.1 Fornecedores

- TV, Internet e Telefone Fixo

Identificamos a Claro como a melhor operadora ofertante dos itens.

Item	Empresa	Aspectos	Preço
Internet	Claro	1 Giga	R\$299,90
		Ponto ultra	
		Proteção digital	
		Taxa de instalação grátis	
TV	Claro	Box Claro TV+ (Incluso Apple TV, Netflix, Globoplay, Max, + de 120 canais ao vivo, Alexa integrada, Controle remoto por voz)	R\$119,90
Telefone Fixo	Claro	Ilimitado Brasil Total (Chamadas ilimitadas (locais e DDD) para fixos e celulares do Brasil de qualquer operadora, usando o 21. Serviços inteligentes inclusos: Identificador de chamadas, Siga-me, Chamada em espera, Conferência a três e Bloqueio de ligações)	R\$46,99

Quadro 7 – Fornecedor de internet

Fonte: Autoria própria, 2024

- Alimentos

É interessante trabalhar com grandes empresas, pois elas têm mais experiência de mercado e podem estar mais estimuladas a oferecer uma boa experiência de compra.

Natureza	Empresa
Carnes	Coprosul
	Carnes Pompéia
	JBS
Bebidas (soft drinks)	Coca-Cola
Bebidas alcóolicas	Fábrica de bebidas
Temperos	JTC Distribuidora
Verduras, Legumes e Frutas	Ceasa
Gelo	Gelo Nobre
Gás	SuperGásBrás
Outros alimentos	Atacadão e Assaí Atacadista

Quadro 8 – Fornecedores de alimentos

Fonte: Autoria própria, 2024

Sendo os demais itens adquiridos por compra em vez de aluguel, decidimos optar por empresas com boas avaliações e desempenho.

- Equipamentos de cozinha

Item	Quantidade
Balcão grande	3
Prateleira para suprimentos metal	4
Chapa a gás 150x50cm 6 queimadores	1
Fogão industrial	2
Geladeira	2
Freezer 400L	3
Estante metal	4
Fritadeira industrial 2 cestos	1
Forno de lastro com pedra	1
Liquidificador	2

Pia duas cubas	2
Torneira	2
Molheira	4
Frigideira	8
Panela de 10L	2
Panela de 30L	2
Tábua de corte	8
Faca de legumes	6
Faca desossa	4
Faca de corte	6
Cutelo	1
Colher	6
Espátula de silicone	4
Fouet	2
Ralador	2
Descascador	4
Coifa grande	1
Tapete borracha para louça	4
Espátula para chapa	2
Escorredor de macarrão	1
Balcão condimentador refrigerada 2m	1
Faca de pão	4
Forma assadeira	10
Rolo para massa	2
Forma para torta	6
Maçarico	1
Lixeira 100L	4
Bowl com tampa com 6 unidades	5

Balança	2
Porta tempero	1
Panela de pressão 10L	2
Tampa para hambúrguer kit com 3	3
Aro para modelar hambúrguer	4
Batedeira	1
Micro-ondas	1
Sifão para chantilly	1
Decoração - reforma e adequação do ambiente	1
Impressora térmica	1

Quadro 9 – Equipamentos da cozinha

Fonte: Autoria própria, 2024

- Equipamentos do bar

Item	Quantidade
Coqueteleira profissional com 8 peças	8
Jogo de Copos Long Drink Ilhabela Nadir 420ml com 12 peças	4
Caneca lyor 565ml de vidro para chopp	12
Caneca chopp 300ml Milano kit com 12	2
Copo modern vidro 500ml com 6	3
Copo para shot kit com 6	7
Taça martini	12
Copo para mojito	12
Taça piña colada kit com 4	3
Caneca metal	12
Copo longo 300ml Cylinder kit com 8	3
Forma para gelo silicone 20,4x2,9x11cm	12
Forma para gelo silicone 23,5x2,5x7,5cm	12
Pia de cozinha dupla 15x40,7x59,2cm Tramontina	1

Armário sob medida	1
Prateleira sob medida para copos	1
Prateleira sob medida para garrafas	1
Suporte para taças	2
Tapete absorvente para copos 46x40cm	4
Colher bailarina euro rome 18,5cm	6
Pá de gelo	2
Macerador	4
Descascador raspador	2
Pegador de gelo	2
Tábua de corte	2
Service mat	1
Bar mat	2
Bar caddy organizador	2
Biqueira garrafas com 4	4
Dosador	6
Espremedor de frutas	1
Refrigerador vertical	1
Banquetas	25
Decoração - reforma e adequação do ambiente	1
Liquidificador	2
Chopeira	1
Impressora térmica	1

Quadro 10 – Equipamentos do bar

Fonte: Autoria própria, 2024

- Equipamentos da recepção

Item	Quantidade
Balcão para hostess	1
Gaveteiro	1
Cadeira	1
Notebook	1
Telefone	1
Decoração - reforma e adequação do ambiente	1

Quadro 11 – Equipamentos da recepção

Fonte: Autoria própria, 2024

- Equipamentos de entretenimento

Item	Quantidade
Sofá 3 lugares	2
TV	2
Nintendo Switch	2
Sistema de som ambiente	2
Estante para jogos de tabuleiro	2
Jogos de tabuleiro	20
Mesa de centro	2
Sistema de câmeras de segurança	2

Quadro 12 – Equipamentos de entretenimento/tecnologia

Fonte: Autoria própria, 2024

- Equipamentos de mão de obra

Item	Quantidade
Pratos rasos de porcelana 27cm com 12	20
Conjunto 100 garfos + 100 facas inox premium buffet	2
Porta guardanapo inox	30
Cesta para servir porção	20
Refratário	18

Bowl para salada	8
Pratos para sobremesa kit com 6	7
Cesto para porção de churros	10
Talheres sobremesa kit com 8 (4 colheres e 4 garfos)	15
Paliteiro e saleiro	30
TV	4
Projektor	1
Tela para projetor	1
Mesa com 4 cadeiras	38
Ar-condicionado	2
Sistema de câmeras de segurança	1
Painel eletrônico com controle sem fio chamada garçom com 20	1
Decoração - reforma e adequação do ambiente	1

Quadro 13 – Equipamentos de mão de obra

Fonte: Autoria própria, 2024

- Equipamentos de caixa

Item	Quantidade
Computador com monitor	1
Impressora térmica	1
Caixa	1
Máquina de cartão	3
Balcão planejado	1
Sistema com controle de caixa e demais funcionalidades	1
Decoração - reforma e adequação do ambiente	1

Quadro 14 – Equipamentos de caixa

Fonte: Autoria própria, 2024

- Equipamentos da administração

Item	Quantidade
Mesa escritório	2
Notebook	2
Impressora	1
Porta arquivo	1
Armário	2
Cadeira	2
Telefone	1
Decoração - reforma e adequação do ambiente	1

Quadro 15 – Equipamentos da administração

Fonte: Autoria própria, 2024

- Equipamentos dos banheiros

Item	Quantidade
Bancada de porcelanato 60x40cm com cuba esculpida	7
Torneira monocromada cascata	7
Vaso sanitário com caixa acoplada	7
Porta papel	7
Espelho Bisotê 80x90cm	7

Quadro 16 – Equipamentos dos banheiros

Fonte: Autoria própria, 2024

6.3.2 Capacidade instalada

O arranjo físico do Restrô prevê a seguinte capacidade total:

- Bar: 25 pessoas;
- Restaurante: 150 pessoas.

6.3.3 Arranjo físico das instalações

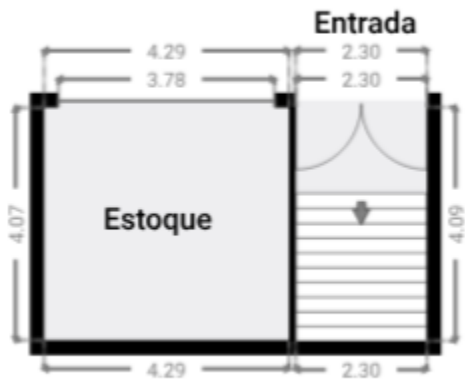


Figura 8 – Entrada do imóvel

Fonte: SuaQuadra/Autoria própria, 2024

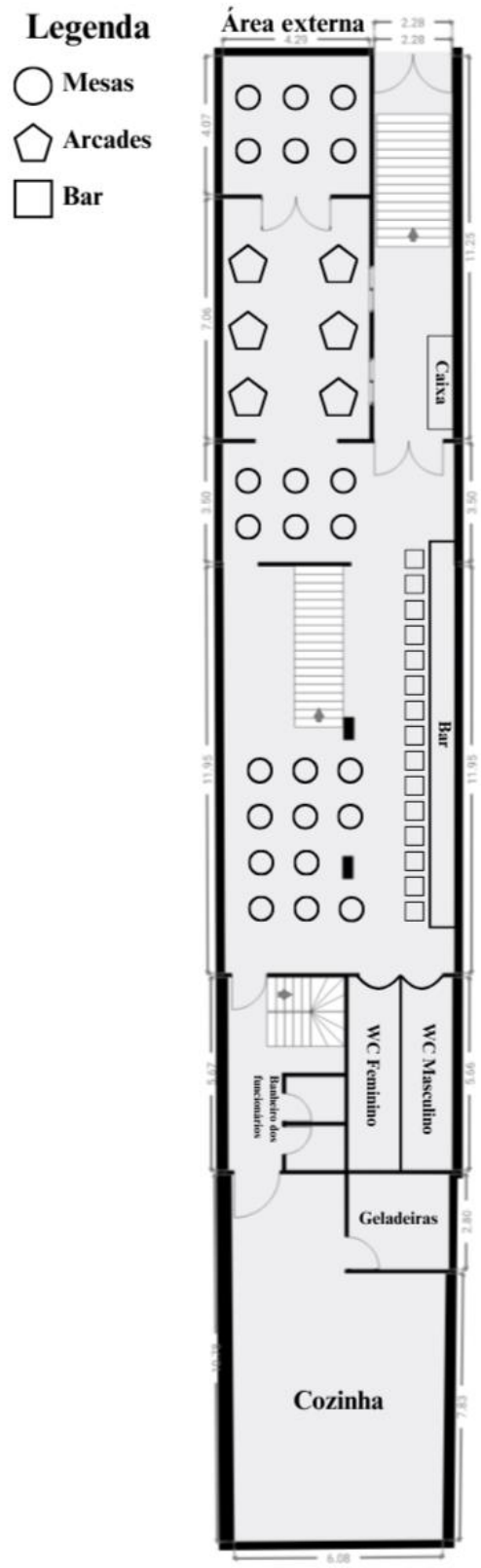


Figura 9 – Primeiro piso

Fonte: SuaQuadra/Autoria própria, 2024

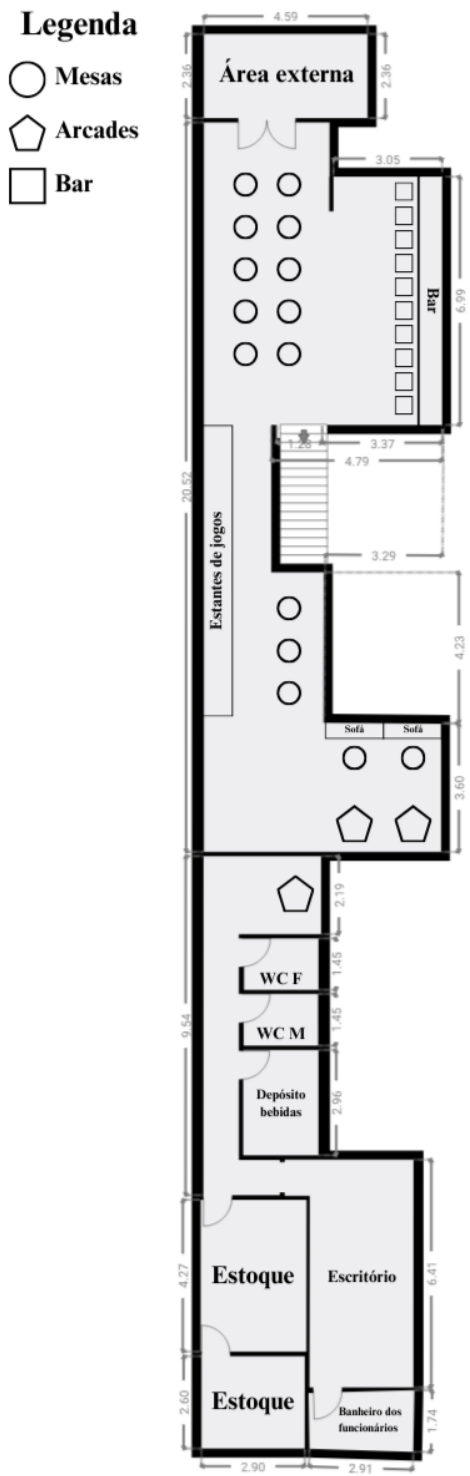


Figura 10 – Segundo piso

Fonte: SuaQuadra/Autoria própria, 2024

6.3.4 Alocação de pessoal

Áreas Funcionais	Quantidade
Administrador 1 - Financeiro e Compras	1
Administrador 2 - Marketing e Recursos Humanos	1
Gerente	1
Operador de Caixa	1
Garçom	4
Bartender	3
Chef de Cozinha	2
Auxiliar de Cozinha	3
Auxiliar de Limpeza	2
Recepcionista	1
Vigilante	1
Social Media	1
Total de Funcionários	21

Quadro 17 – Alocação de pessoal

Fonte: Autoria própria, 2024

6.4 Projeto da rede de operações produtivas

6.4.1 Decisão de horizontalização ou verticalização das operações

A operação do Restrô Gastrobar deve possuir aspectos de ambos os conceitos. A verticalização total das operações de um restaurante é impossibilitada devido aos produtos comprados dos fornecedores, que tornam a produção e distribuição alimentícia possível, caso das carnes, verduras, frutas, soft drinks e bebidas alcoólicas.

Contudo, a intenção não é utilizar apenas produtos industrializados, visto que isso implicaria que os alimentos vendidos no Restrô são todos feitos por terceiros. A matéria prima do restaurante é comprada dos fornecedores, que, passando pelo processo de produção, é servida ao cliente como um produto final, garantindo a maior qualidade do resultado.

6.4.2 Estratégia de localização das instalações

Dividimos as instalações do gastrobar visando maior eficiência nos processos de atendimento ao cliente. Como nosso projeto entrega a possibilidade de entretenimento

junto a oferta alimentícia, separamos espaços estratégicos da planta do local onde os clientes do Restrô poderão aproveitar dos arcades e jogos disponíveis, como visto nas Figuras 00 e 00. Além disso, os espaços da cozinha e estoque encontram-se bem localizados na planta para não interferir na experiência do cliente e garantir efetividade na produção dos alimentos e na distribuição nas mesas.

6.4.3 Jornada do cliente

A Jornada do Cliente tem início a partir do momento em que ele conhece o produto ou serviço, possuindo três etapas principais:

- Comunicação da oferta;
- Adesão;
- Percepção de retorno.

O mapeamento dessas etapas tem como propósito definir todas as atividades que são vitais para o sucesso do negócio.

- **Comunicação da oferta:**

O plano de marketing do Restrô tem foco nas redes sociais, visto que o alcance ao público se torna mais fácil e ágil através delas. No Brasil, de acordo com um estudo da Comscore, o Instagram tem um alcance de 81,4% da população, com grande engajamento. A identidade visual do Restrô fará com que as postagens sejam reconhecidas facilmente pelos clientes, e o investimento no Gerenciador de Anúncios da plataforma irá turbinar as publicações para alcançar potenciais novos clientes.

- **Adesão:**

A adesão começa a partir do momento em que o cliente adentra o estabelecimento. Representaremos essa trajetória com os fluxogramas a seguir.

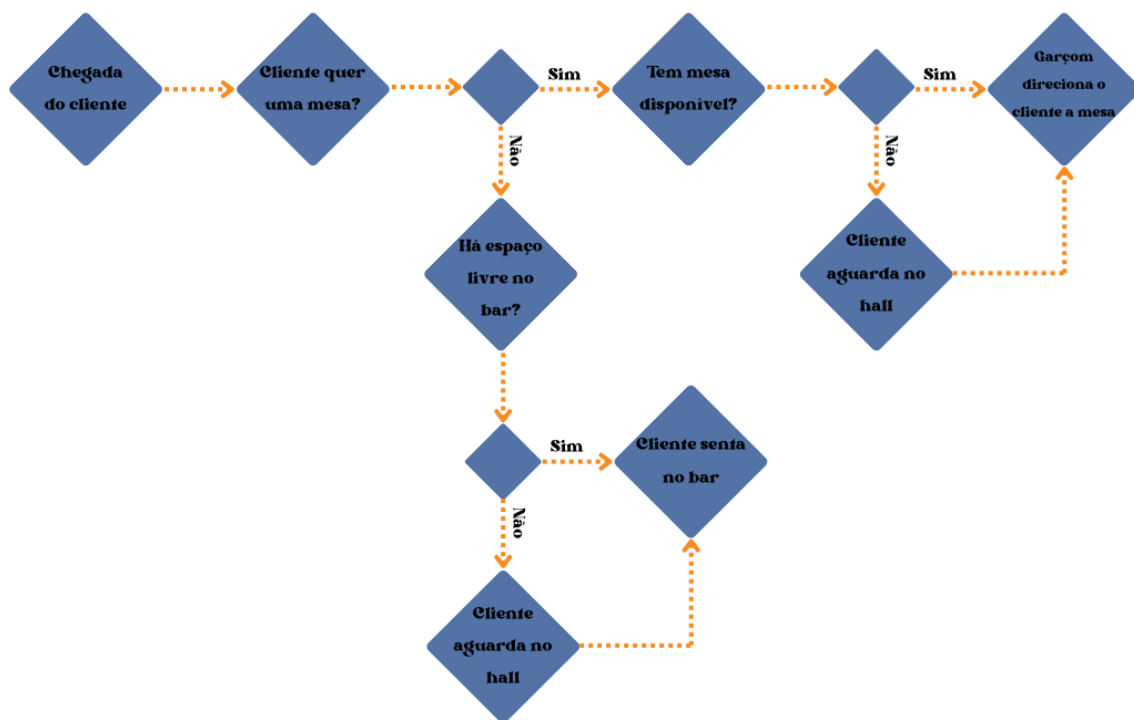


Figura 11 – Chegada do cliente

Fonte: Autoria própria, 2024

Como o Restrô terá mesas e também espaço no balcão do bar, os clientes podem escolher ao entrar no estabelecimento se desejam um espaço com ou sem mesa, sendo que todos poderão também ter acesso aos jogos e arcades.

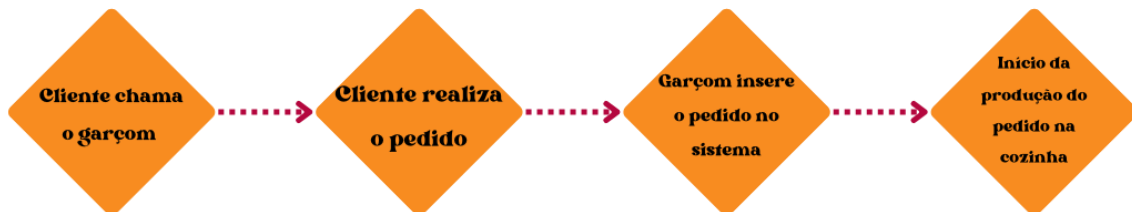


Figura 12 – Processo de pedido - mesa

Fonte: Autoria própria, 2024

O pedido feito na mesa deverá ser registrado no sistema pelos garçons, que automaticamente chegará na cozinha, tendo início no processo de preparação dos pratos.

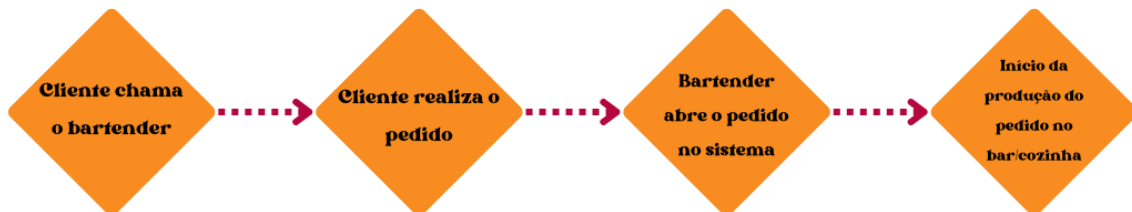


Figura 13 – Processo de pedido - bar

Fonte: Autoria própria, 2024

O pedido no bar será registrado pelos bartenders, visando maior eficiência no processo.

Reiteramos que ambos os processos de pedido estarão registrados no sistema, como uma comanda para cada cliente. No bar, preferimos prezar pela flexibilidade, então os clientes sentados ao balcão poderão pedir, além dos drinks, porções. Caso queiram pratos principais, serão orientados a se direcionarem a uma mesa.

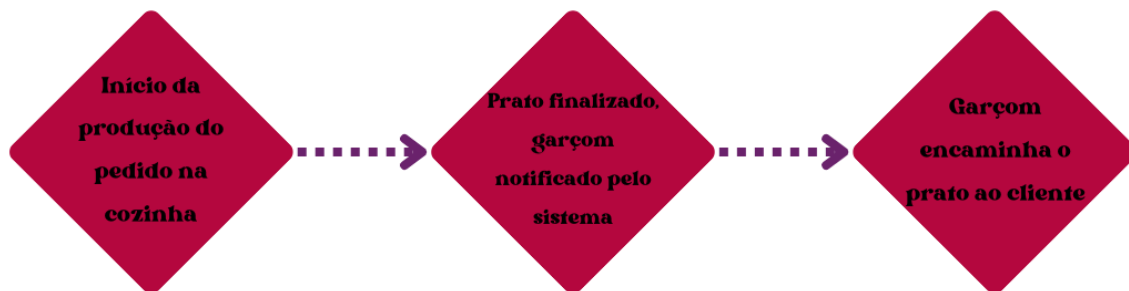


Figura 14 – Entrega dos pratos

Fonte: Autoria própria, 2024

A preparação dos pratos ocorrerá na cozinha, que está no primeiro andar do estabelecimento. Assim que o pedido for registrado no sistema os chefs começarão o preparo e, quando finalizado, o garçom responsável por aquele pedido será notificado para que o retire na cozinha e leve até o cliente. Nos casos de pedidos de porções feitos no balcão, um dos garçons será designado como o responsável pela entrega no bar, uma vez que os bartenders são encarregados do preparo dos drinks.

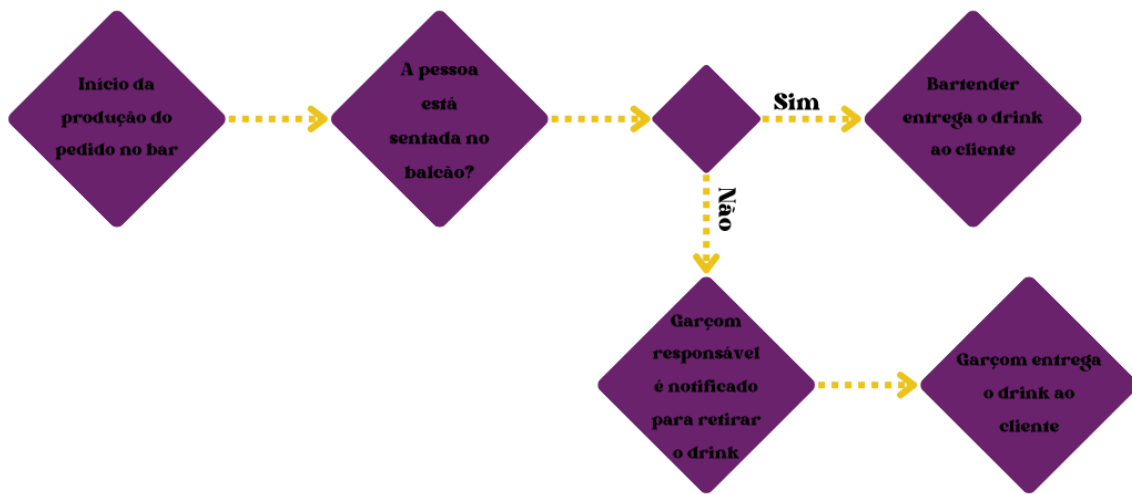


Figura 15 – Entrega das bebidas

Fonte: Autoria própria, 2024

Os bartenders serão os responsáveis pelos drinks. Portanto, após receber o pedido (ou pelo sistema, feito por um garçom, ou por um cliente sentado no bar) deverão começar o preparo do produto. Após finalizado, caso o cliente esteja sentado no bar basta entregar o drink. Caso seja um pedido de alguma mesa, o garçom responsável será notificado para que faça a entrega do pedido.

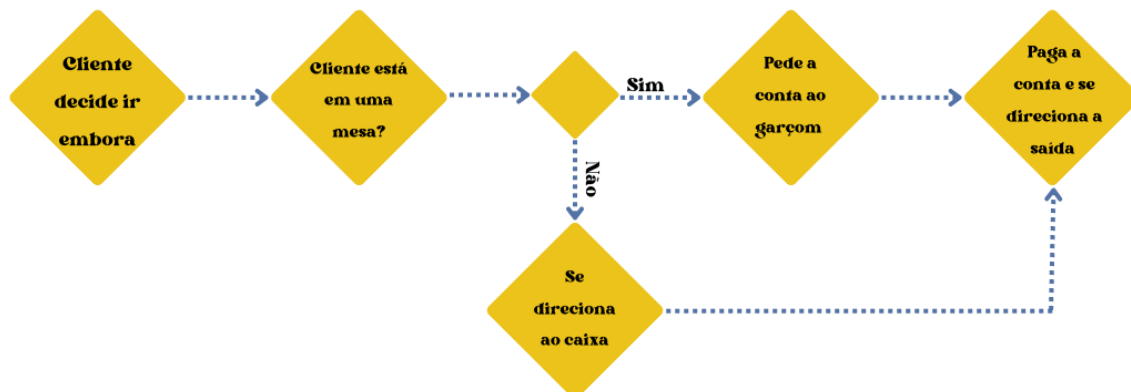


Figura 16 – Saída dos clientes

Fonte: Autoria própria, 2024

Pretendemos fazer o processo de saída dos clientes o mais fluido possível. Como trabalharemos no sistema de comandas individuais, a fim de facilitar no atendimento e para os clientes, eles podem escolher se pagarão no caixa (o que será a única opção para os clientes que apenas ficaram no balcão, visto que não há como incumbir essa responsabilidade aos bartenders) ou se irão pedir a conta ao garçom e efetuar o pagamento na mesa.

- **Percepção de retorno**

Os feedbacks por parte dos clientes são de extrema importância, especialmente no início de um negócio, dado que uma empresa não se firma no mercado sem saber o que agrada os clientes e o que deve ser mudado. Como nosso foco será nas redes sociais, manteremos um espaço aberto de contato com eles para evoluir constantemente a estratégia de negócios.

6.4.4 Estratégia de estoque

A intenção é a produção de consumo imediato, havendo estoque apenas de matéria-prima. Dessa forma, os estoques foram divididos entre o estoque de produtos de

cozinha, estoque de produtos do bar, estoque de material de entretenimento, estoque de material de escritório e estoque de material de limpeza.

- Estoque da cozinha

Item	Qtd	Preço	Total	Frequência abastecimento	Valor anual
Azeite Extra Virgem 3L	4	R\$289,90	R\$1.159,60	Mensal	R\$13.915,20
Burrata de Búfala 1 un 120g	20	R\$11,95	R\$239,00	Semanal	R\$11.472,00
Tomate cereja 300g	6	R\$6,00	R\$36,00	Semanal	R\$1.728,00
Cogumelos Paris kg	3	R\$55,50	R\$166,50	Semanal	R\$7.992,00
Manjericão maço	2	R\$5,90	R\$11,80	Semanal	R\$566,40
Alho kg	5	R\$34,99	R\$174,95	Semanal	R\$8.397,60
Queijo parmesão kg	3	R\$55,90	R\$167,70	Semanal	R\$8.049,60
Pimenta do reino kg	3	R\$19,90	R\$59,70	Semanal	R\$2.865,60
Sal kg	3	R\$4,90	R\$14,70	Semanal	R\$705,60
Nozes kg	2	R\$76,89	R\$153,78	Semanal	R\$7.381,44
Ossobuco kg	4	R\$24,90	R\$99,60	Semanal	R\$4.780,80
Tomate kg	10	R\$11,90	R\$119,00	Semanal	R\$5.712,00
Cebola kg	12	R\$5,90	R\$70,80	Semanal	R\$3.398,40
Cenoura kg	4	R\$5,90	R\$23,60	Semanal	R\$1.132,80
Coentro/cebolinha maço	12	R\$4,00	R\$48,00	Semanal	R\$2.304,00
Vinho branco seco 750ml	3	R\$19,99	R\$59,97	Semanal	R\$2.878,56
Farinha de trigo 5kg	5	R\$14,90	R\$74,50	Semanal	R\$3.576,00
Fermento biológico seco 1kg	2	R\$65,43	R\$130,86	Semanal	R\$6.281,28
Óleo de algodão para fritura balde 15L	4	R\$78,90	R\$315,60	Semanal	R\$15.148,80

Açúcar kg	10	R\$4,90	R\$49,00	Semanal	R\$2.352,00
Queijo muçarela kg	5	R\$57,90	R\$289,59	Semanal	R\$13.900,32
Pepperoni fatiado kg	4	R\$69,90	R\$279,60	Semanal	R\$ 13.420,80
Camarão kg	4	R\$59,95	R\$239,80	Semanal	R\$ 11.510,40
Ovo bandeja com 30un	5	R\$24,90	R\$124,50	Semanal	R\$5.976,00
Farinha panko kg	5	R\$25,99	R\$129,95	Semanal	R\$ 6.237,60
Abóbora cabotiã	5	R\$5,99	R\$29,95	Semanal	R\$ 1.437,60
Carne seca kg	5	R\$48,30	R\$241,50	Semanal	R\$ 11.592,00
Pimenta dedo de moça kg	2	R\$17,99	R\$35,98	Semanal	R\$ 1.727,04
Amido de milho kg	5	R\$6,90	R\$34,50	Semanal	R\$ 1.656,00
Massa folhada kg	10	R\$20,35	R\$203,50	Semanal	R\$ 9.768,00
Ricota cremosa 250g	8	R\$14,90	R\$119,20	Semanal	R\$5.721,60
Espinafre kg	10	R\$4,35	R\$43,50	Semanal	R\$ 2.088,00
Macarrão caracol 500g	7	R\$6,29	R\$44,03	Semanal	R\$ 2.113,44
Queijo cheddar kg	5	R\$68,90	R\$344,50	Semanal	R\$16.536,00
Manteiga 5kg	2	R\$119,90	R\$239,80	Semanal	R\$11.510,40
Creme de leite 200g un	15	R\$3,99	R\$59,85	Semanal	R\$2.872,80
Leite UHT integral caixa 1L	12	R\$6,90	R\$82,80	Semanal	R\$3.974,40
Peito de frango kg	5	R\$13,90	R\$69,50	Semanal	R\$3.336,00
Alface americana un	2	R\$7,90	R\$15,80	Semanal	R\$ 758,40
Batata kg	20	R\$10,90	R\$218,00	Semanal	R\$ 10.464,00

Requeijão 1,5kg	3	R\$75,90	R\$227,70	Semanal	R\$ 10.929,60
Bacon kg	10	R\$21,90	R\$219,00	Semanal	R\$10.512,00
Brócolis	3	R\$2,57	R\$7,71	Semanal	R\$ 370,08
Salsicha shüblig 320g	20	R\$20,80	R\$416,00	Semanal	R\$ 19.968,00
Ketchup Heinz 1,033kg	5	R\$15,83	R\$79,15	Semanal	R\$ 3.799,20
Mostarda amarela kg	5	R\$11,39	R\$56,95	Semanal	R\$ 2.733,60
Bife de alcatra kg	6	R\$48,90	R\$293,40	Semanal	R\$14.083,20
Pimentão verde kg	4	R\$12,98	R\$51,92	Semanal	R\$ 2.492,16
Macarrão espaguete 24un	1	R\$87,24	R\$87,24	Semanal	R\$ 4.187,52
Leite condensado	15	R\$7,90	R\$118,50	Semanal	R\$5.688,00
Doce de leite balde 3kg	1	R\$68,90	R\$68,90	Semanal	R\$3.307,20
Chocolate em gotas blend 2,05kg	3	R\$85,99	R\$257,97	Semanal	R\$ 12.382,56
Bolacha Maizena 350g	10	R\$6,70	R\$67,00	Semanal	R\$ 3.216,00
Essência de baunilha 30ml	2	R\$2,99	R\$5,98	Semanal	R\$ 287,04
Amora bandeja	4	R\$8,90	R\$35,60	Semanal	R\$1.708,80
Morango bandeja	7	R\$6,00	R\$42,00	Semanal	R\$2.016,00
Chocolate em pó 1kg	4	R\$33,99	R\$135,96	Semanal	R\$ 6.526,08
Bicarbonato de sódio	2	R\$9,90	R\$19,80	Semanal	R\$ 950,40

Quadro 18 – Estoque da cozinha

Fonte: Autoria própria, 2024

- Estoque do bar

Item	Qtd	Preço	Total	Frequência abastecimento	Valor anual
Açúcar pacote kg	3	R\$4,50	R\$13,50	Semanal	R\$648,00
Hortelã maço	3	R\$5,90	R\$17,70	Semanal	R\$849,60
Água tônica	14	R\$5,70	R\$79,80	Semanal	R\$3.830,40
Soda limonada	20	R\$6,90	R\$138,00	Semanal	R\$6.624,00
Barril chopp 50L	3	R\$780,00	R\$2.340,00	Semanal	R\$112.320,00
Água sem gás	65	R\$1,90	R\$123,50	Semanal	R\$5.928,00
Água com gás	30	R\$2,30	R\$69,00	Semanal	R\$3.312,00
Refrigerante sabores	800	R\$2,60	R\$2.080,00	Semanal	R\$99.840,00
Polpa sabores	120	R\$3,20	R\$384,00	Semanal	R\$18.432,00
Curaçau Blue 720ml	4	R\$44,90	R\$179,60	Quinzenal	R\$ 4.310,40
Vodka Absolut 1L	10	R\$99,95	R\$999,50	Quinzenal	R\$ 23.988,00
Cointreau 700ml	3	R\$119,99	R\$359,97	Quinzenal	R\$ 8.639,28
Tequila 1L	6	R\$99,90	R\$599,40	Quinzenal	R\$ 14.385,60
Licor 43 700ml	3	R\$129,99	R\$389,97	Quinzenal	R\$ 9.359,28
Licor 43 Chocolate 700ml	2	R\$187,80	R\$375,60	Quinzenal	R\$ 9.014,40
Grenadine 700ml	2	R\$57,90	R\$115,80	Quinzenal	R\$ 2.779,20
Rum 750ml	4	R\$56,96	R\$227,84	Quinzenal	R\$ 5.468,16
Gin 1L	3	R\$78,90	R\$236,70	Quinzenal	R\$ 5.680,80
Espumante 750ml	5	R\$66,41	R\$332,05	Quinzenal	R\$ 7.969,20
Campari 998ml	2	R\$61,65	R\$123,30	Quinzenal	R\$ 2.959,20
Vermute 1L	12	R\$44,99	R\$539,88	Semestral	R\$ 1.079,76

Ágar-ágar kg	1	R\$89,90	R\$89,90	Mensal	R\$ 1.078,80
Xarope de groselha 1L	2	R\$12,99	R\$25,98	Quinzenal	R\$ 623,52
Canela 100g	2	R\$14,99	R\$29,98	Mensal	R\$ 359,76
Cravo 50g	2	R\$7,90	R\$15,80	Mensal	R\$ 189,60
Anis-estrelado 100g	2	R\$9,00	R\$18,00	Mensal	R\$ 216,00
Pimenta preta 100g	2	R\$14,99	R\$29,98	Mensal	R\$ 359,76
Xarope de cereja 700ml	2	R\$52,99	R\$105,98	Quinzenal	R\$ 2.543,52
Xarope de cranberry 700ml	2	R\$65,90	R\$131,80	Quinzenal	R\$ 3.163,20
Xarope de caramelo 700ml	2	R\$64,90	R\$129,80	Quinzenal	R\$ 3.115,20
Xarope de gengibre 700ml	2	R\$65,90	R\$131,80	Quinzenal	R\$ 3.163,20
Cereja marrasquino 100g	3	R\$9,50	R\$28,50	Quinzenal	R\$ 684,00
Creme de leite 200g un	5	R\$3,99	R\$19,95	Quinzenal	R\$ 478,80
Leite de coco 1L	2	R\$25,00	R\$50,00	Quinzenal	R\$ 1.200,00
Maracujá kg	2	R\$16,90	R\$33,80	Quinzenal	R\$ 811,20
Abacaxi un	10	R\$5,66	R\$56,60	Quinzenal	R\$ 1.358,40
Kiwi kg	2	R\$39,99	R\$79,98	Quinzenal	R\$ 1.919,52
Frutas vermelhas bandeja	3	R\$19,90	R\$59,70	Semanal	R\$2.865,60
Limão siciliano kg	2	R\$15,90	R\$31,80	Semanal	R\$1.526,40
Limão taiti kg	4	R\$6,98	R\$27,92	Semanal	R\$ 1.340,16
Laranja kg	10	R\$3,90	R\$39,00	Semanal	R\$1.872,00

Água de coco 1L	12	R\$14,99	R\$179,88	Mensal	R\$ 2.158,56
Café em pó 500g	2	R\$21,99	R\$43,98	Mensal	R\$ 527,76
Glitter comestível un	2	R\$21,90	R\$43,80	Mensal	R\$ 525,60
Leite condensado	15	R\$7,90	R\$118,50	Quinzenal	R\$ 2.844,00

Quadro 19 – Estoque do bar

Fonte: Autoria própria, 2024

- Estoque de material de escritório

Item	Qtd	Preço	Total	Frequência abastecimento	Valor anual
Papel A4 500 folhas	2	R\$7,80	R\$15,60	Bimestral	R\$93,60
Caneta esferográfica	10	R\$1,50	R\$15,00	Bimestral	R\$90,00
Lápis preto 6 un	1	R\$7,90	R\$7,90	Bimestral	R\$47,40
Tinta para impressora	2	R\$6,60	R\$13,20	Bimestral	R\$79,20
Grampeador	1	R\$14,90	R\$14,90	Anual	R\$7,50
Grampos para grampeador	3	R\$2,50	R\$7,50	Anual	R\$7,50
Clips para papel	3	R\$2,50	R\$7,50	Anual	R\$7,50
Bobina térmica 54 rolos	2	R\$72,90	R\$145,80	Anual	R\$145,80

Quadro 20 – Estoque de material de escritório

Fonte: Autoria própria, 2024

- Estoque de material de limpeza

Item	Qtd	Preço	Total	Frequência abastecimento	Valor anual
Papel Higiênico 60 rolos	4	R\$56,90	R\$227,60	Bimestral	R\$1.365,60
Sabonete líquido 5L	4	R\$28,90	R\$115,60	Bimestral	R\$693,60
Álcool gel 5L	3	R\$39,90	R\$119,70	Bimestral	R\$718,20
Aromatizador de ambiente	6	R\$34,90	R\$209,40	Bimestral	R\$1.256,40
Detergente líquido 10L	4	R\$35,90	R\$143,60	Bimestral	R\$861,60
Limpador multiuso 5L	2	R\$49,90	R\$99,80	Bimestral	R\$598,80
Esponja multiuso kit com 3	8	R\$6,90	R\$55,20	Bimestral	R\$331,20
Vassoura	4	R\$15,80	R\$63,20	Anual	R\$63,20
Rodo mágico mop	4	R\$45,90	R\$183,60	Anual	R\$183,60
Pano multiuso kit com 5	6	R\$23,99	R\$143,94	Anual	R\$143,94
Balde plástico com alça	4	R\$15,90	R\$63,60	Anual	R\$63,60

Quadro 21 – Estoque de material de limpeza

Fonte: Autoria própria, 2024

- Estoque de entretenimento

Item	Qtd	Preço	Total	Frequência abastecimento	Valor anual
Nintendo Switch	2	R\$2.500,00	R\$5.000,00	Anual	R\$5.000,00
Jogos de tabuleiro diversos	20	R\$90,00	R\$1.800,00	Semestral	R\$3.600,00

Quadro 22 – Estoque de entretenimento

Fonte: Autoria própria, 2024

7. O PLANO FINANCEIRO

O planejamento financeiro baseou-se em premissas considerando as estimativas de mercado, conforme abaixo.

Indicadores Macroeconômicos - Cenário Normal				
Taxas de Juros a.a.	Atual	2025	2026	2027
> Selic	11,3%	11,5%	9,8%	9,3%
> CDI	11,2%	11,4%	9,7%	9,3%
Taxa de Juros Aplicada				
> Captação (CDI + 3%)	14,2%	14,4%	12,7%	12,3%
> Aplicações	11,3%	11,5%	9,8%	9,3%
Inflação Acumulada				
> IPCA	4,6%	4,0%	3,6%	3,5%
> INPC	4,1%	3,8%	3,7%	3,5%
Aumento Salarial				
> Base Salário Mínimo	1.412	1.510	1.616	1.728
> Reajuste Estimado (INPC)	-	3,8%	3,7%	3,5%
Outras Variações de Custos				
> Renegociação Bebidas	4,6%	4,0%	3,6%	3,5%
> Renegociação Cardápio	4,6%	4,0%	3,6%	3,5%

Quadro 23 – Indicadores macroeconômicos

Fonte: Autoria própria, 2024

7.1 Investimento inicial

	RS Mil
Caixa	200
Estoques	125
Melhorias operacionais	157
Outros	18
Total	500

Quadro 24 – Investimento inicial

Fonte: Autoria própria, 2024

7.2 Receitas esperadas – advindas da demanda e do preço de vendas

Premissas de Venda - Valor R\$ mil	2025	2026	2027	Ticket Médio	
Diária	R\$ 9.391,80	R\$ 10.364,04	R\$ 11.535,43	R\$ 92,08	2025
Mensal	R\$ 187.836,00	R\$ 207.280,78	R\$ 230.708,69	R\$ 97,23	2026
Anual	R\$ 2.254.032,00	R\$ 2.487.369,39	R\$ 2.768.504,32	R\$ 102,58	2027

Quadro 25 – Receitas esperadas

Fonte: Autoria própria, 2024

7.3 Custos e despesas – dos planos de operações e de marketing

	R\$ Mil
Publicidade	12
Promoções e eventos	18
Material publicitário	4
Treinamento de desenvolvimento de equipe	6
Embalagens	8
Manutenção de equipamentos	3
Taxas de licenciamento comercial	4
Taxas de cartões de crédito/débito	7
Total	61

Quadro 26 – Despesas comerciais

Fonte: Autoria própria, 2024

	R\$ Mil
Juros sobre empréstimos bancários	18
Taxas bancárias (manutenção de contas)	4
Multas e juros de atraso	2
Taxas de cartões de crédito/débito	12
Juros sobre parcelamento de fornecedores	5
Leasing de equipamentos	6
Total	47

Quadro 27 – Despesas financeiras

Fonte: Autoria própria, 2024

	R\$ Mil
Honorários contábeis	18
Taxa de licenciamento e alvarás	7
Softwares	4
Taxas bancárias	3
Comunicação (telefone, internet, TV)	5
Seguro	5
Total	41

Quadro 28 – Outras despesas

Fonte: Autoria própria, 2024

7.4 Fluxo de caixa

Fluxo de Caixa - RS Mil	2025	2026	2027
Posição de Caixa Inicial	415	155	223
(+) Caixa Gerado do Período	558	704	891
(-/+ Ajustes Não-Caixa (depreciação)	5	7	8
(-) Empréstimos a pagar	-107	-50	0
(-) Working Capital - Estoques/Fornecedores	-558	-578	-598
(-) Capex de Manutenção	-157	-16	-16
Posição de Caixa Final	155	223	507

Quadro 29 – Fluxo de caixa

Fonte: Autoria própria, 2024

7.5 Demonstrativo de resultados/lucratividade

Demonstração de Resultados (E) - RS Mil	2025	2026	2027
Receita Bruta	2.254	2.487	2.769
Deduções (Impostos Municipais, Descontos)	-72	-80	-89
Receita Líquida	2.326	2.567	2.857
Custos Mercadorias Vendidas	-762	-825	-901
Lucro Bruto	1.564	1.742	1.956
Margem Bruta (%)	67%	68%	68%
Despesas Administrativas	-887	-918,7	-950,9
Despesas Comerciais	-61	-63	-65
Outras Despesas	-41	-43	-44
EBIT	570	710	889
Margem EBIT	25%	28%	31%
Depreciação	5	7	8
EBITDA	575	718	896
Margem EBITDA (-)	25%	28%	31%
Resultado Financeiro	2	9	21
> Receitas Financeiras	24	15	21
> Despesas Financeiras	-23	-6	0
Resultado Antes IRPJ	577	726	917
IRPJ	20	22,4	25,7
Resultado Líquido	558	704	891
Margem Líquida	24%	27%	31%

* supondo mesma posição de aplicações

Quadro 30 – DRE

Fonte: Autoria própria, 2024

7.6 Ponto de Equilíbrio

Para alcançar o ponto de equilíbrio, é necessário um faturamento de R\$2.326,16, que pode ser alcançado por meio do atendimento de aproximadamente 158 clientes por dia.

Ponto de equilíbrio	2025	2026	2027
R\$ Mil	2.326,16	2.566,97	2.857,10
Ticket médio	61,38	64,82	68,39
Cientes/ano	37.895	39.600	41.778
Cientes/mês	2.105	2.200	2.321
Cliente/dia	158	165	174

Quadro 31 – Ponto de Equilíbrio

Fonte: Aatoria própria, 2024

7.7 Projeção das demonstrações financeiras

Balanco Patrimonial - RS Mil		Início operacional: jan/25
Ativos Totais	1.664	
<u>Ativo Circulante</u>	872	
> Caixa	200	
> Aplicações Financeiras (Tesouro Selic)	175	
> Clientes	10	* métodos de pagamentos aceitos: cartões de crédito, a vista (pix, dinheiro, débito, alimentação etc)
> Estoques	125	
> Adiantamento a Fornecedores	62	* adiantamento do estoque do Mês seguinte
> Direito de Uso CP	300	
<u>Ativo Não Circulante</u>	<u>792</u>	
> Aplicações Financeiras (Tesouro Selic)	40	
> Direito de Uso LP	600	
> Imobilizado	152	
>> Melhorias Operacionais	157	
>> Depreciação	-5	
Passivos Totais	1.664	
<u>Passivo Circulante</u>	<u>1.053</u>	
> Empréstimos e Financiamentos	107	
> Fornecedores a Pagar	0	* pago tudo a vista inicialmente
> Obrigações Folha Pagamento	587	
> Obrigações Tributárias	59	
> Aluguéis a Pagar	300	
<u>Passivo Não Circulante</u>	<u>109</u>	
> Empréstimos e Financiamentos	50	
> Obrigações Tributárias	59	
<u>Patrimônio Líquido</u>	<u>502</u>	
Capital Social	500	
Reserva de Lucros	2	
Check do BP	0	

Quadro 32 – Balanço patrimonial

Fonte: Autoria própria, 2024

7.8 Elaboração e análise dos demonstrativos – índices e indicadores

7.8.1 Indicadores de rentabilidade

	2025
$ROE = LL / PL$	1,11
$ROA = LL / AT$	0,64

Quadro 33 – Indicadores de rentabilidade

Fonte: Autoria própria, 2024

Ambos os resultados indicam uma rentabilidade excelente referente ao capital próprio dos sócios e uma boa gestão.

7.8.2 Indicadores de capacidade de pagamento

	2025
$Liquidez\ seca = (AC - Estoques) / PC$	0,71
$Liquidez\ corrente = AC / PC$	0,83

Quadro 34 – Indicadores de capacidade de pagamento

Fonte: Autoria própria, 2024

A empresa deve se atentar, pois corre risco de não cumprir suas obrigações de curto prazo e, como alternativa, faz-se necessário ter mais ativos de curto prazo do que passivos circulantes.

7.8.3 Indicadores de estrutura de capital

	2025
$Endividamento\ geral = PT / AT$	1,00
$Grau\ de\ endividamento = CT / CP$	3,31

Quadro 35 – Indicadores de estrutura de capital

Fonte: Autoria própria, 2024

A análise mostra que a empresa possui mais dívidas do que capacidade para cumprir suas obrigações, porém a de pensar que o início de seu exercício é recente.

7.8.4 Capital de giro

	2025
Capital circulante líquido = ACO - PCO	0,83

Quadro 36 – Indicador de capital de giro

Fonte: Autoria própria, 2024

Há sinais de que a empresa não possui recursos suficientes no curto prazo para cobrir todas as dívidas imediatas, porém o início de operação da empresa é recente e uma revisão rígida na gestão de liquidez poderá sanar tais deficiências.

7.9 Cálculo da TIR e VPL

TMA = 20%		
	Valor R\$ mil	
2025	-500	
2026	223	
2027	507	
VPL	229,66	> 0 (viável)
TIR	25%	> TMA (viável)

Quadro 37 – VPL e TIR

Fonte: Autoria própria, 2024

Considerando uma TMA de 20%, temos um VPL de aproximadamente R\$229.660,00 e, sendo ela maior que zero, o empreendimento pode ser considerado viável. Paralelamente, referente à TIR, essa supera a TMA, o que indica que o negócio é viável.

8. GESTÃO DO CAPITAL HUMANO

8.1 Liderança, valores e cultura organizacional

De acordo com Edgar Schein, a cultura organizacional é “o padrão de premissas básicas que um determinado grupo inventou, descobriu ou desenvolveu no processo de aprender a resolver seus problemas de adaptação externa e de integração interna, e que funcionaram bem o suficiente a ponto de serem consideradas válidas e, portanto, de serem ensinadas a novos membros do grupo como a maneira correta de perceber, pensar e sentir com relação a esses problemas.” (SCHEIN, 1984, p. 1).

Entendemos, portanto, que a cultura organizacional deve ser fortemente baseada na missão, visão e valores do Restrô, e fortalecida pela liderança (representada pelos administradores e gerência) através da contratação de funcionários que são adequados à ela.

A cultura é definida, a princípio, pelos administradores, visto que são os responsáveis pela criação do Restrô em sua totalidade. Segundo Hollander:

O processo da liderança normalmente envolve um relacionamento de influência em duplo sentido, orientado principalmente para o atendimento de objetivos mútuos, tais como aqueles de um grupo, organização ou sociedade. Portanto, a liderança não é apenas o cargo do líder mas também requer esforços de cooperação por parte de outras pessoas. (Hollander, E.P. Leadership dynamics - a practical guide to effective relationships. New York: The Free Press, 1978).

Com base em nossa missão de “Oferecer um ambiente convidativo para aqueles que queiram aproveitar com amigos/família um momento nostálgico”, entendemos que nossa cultura se baseia em 3 valores.

8.1.1 Criatividade

Queremos que nossos funcionários possam expressar sua criatividade no ambiente de trabalho. Desde a decoração, até sugestões de eventos temáticos e alterações no cardápio, visamos o entrosamento e a opinião da nossa equipe para avançar cada vez mais no nosso negócio.

8.1.2 Qualidade

Tanto em nossa comida, como em nosso atendimento. Queremos que o Restrô seja reconhecido pelos clientes desde o momento em que eles entram no gastrobar até a saída.

8.1.3 Atenção ao mínimo detalhe

Cada aspecto do serviço e do ambiente será pensado para garantir que os clientes vivenciem uma viagem aos filmes, séries e jogos que tanto gostam.

8.2 Gestão estratégica de pessoas com base em competências

8.2.1 Alinhando competências ao negócio

As competências humanas ou profissionais são entendidas como combinações sinérgicas de conhecimentos, habilidades e atitudes, expressas pelo desempenho profissional em determinado contexto ou em determinada estratégia organizacional (CARBONE et al, 2005. FREITAS; BRANDÃO, 2005). Entendemos que, tanto para a gestão quanto para os processos de um gastrobar, são necessárias hard e soft skills. Para se ter uma gestão baseada nas competências, precisamos garantir que cada funcionário escolhido tenha as competências necessárias para seu cargo. Assim, definimos o perfil de competências a seguir.

8.2.2 Design do perfil de competências

Temos 12 Áreas Funcionais presentes no Restrô. Dividiremos as competências necessárias para cada uma, considerando também os requisitos básicos dispostos nos quadros 50 a 61.

Hard Skills são competências técnicas em natureza, tangíveis, comumente relacionadas ao uso de alguma ferramenta. Soft Skills são intangíveis, competências interpessoais que estão relacionadas à personalidade e fatores emocionais do indivíduo

Administrador de Finanças e Compras	Competências necessárias	
	Hard Skills	Soft Skills
	<ul style="list-style-type: none">• Conhecimento Pacote Office• Análise de Dados e Estatísticas• Contabilidade• Gestão de Riscos	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação• Princípios Éticos• Confiança• Organização e Gestão do Tempo• Pensamento Crítico

Quadro 38 – Competências necessárias – Administrador de Finanças e Compras

Fonte: Autoria própria, 2024

Administrador de Marketing e Recursos Humanos	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento Pacote Office • Gestão de Riscos • Análise e Mapeamento de Dados • Gerenciamento de Conteúdo • Gerenciamento de Projetos • Gestão Comportamental 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico

Quadro 39 – Competências necessárias – Administrador de Marketing e Recursos Humanos

Fonte: Autoria própria, 2024

Gerente	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento Pacote Office • Gestão de Riscos • Análise e Mapeamento de Dados • Gerenciamento de Projetos • Gestão Comportamental 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Liderança • Resolução de Conflitos • Comunicação • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência

Quadro 40 – Competências necessárias – Gerente

Fonte: Autoria própria, 2024

Operador de Caixa	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento Pacote Office • Mapeamento de Dados • Habilidades Matemáticas 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência

Quadro 41 – Competências necessárias – Operador de Caixa

Fonte: Autoria própria, 2024

Chef de Cozinha	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento Culinário • Domínio das Técnicas de Preparo • Gerenciamento de uma Cozinha • Amplo Conhecimento dos Ingredientes • Habilidade na Manipulação de Utensílios 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência • Liderança • Criatividade • Proatividade • Trabalho em Equipe

Quadro 42 – Competências necessárias – Chef de Cozinha

Fonte: Autoria própria, 2024

Auxiliar de Cozinha	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento Culinário • Conhecimento dos Ingredientes • Habilidade com Técnicas de Preparo • Habilidade na Manipulação de Utensílios 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência • Criatividade • Proatividade • Trabalho em Equipe

Quadro 43 – Competências necessárias – Auxiliar de Cozinha

Fonte: Autoria própria, 2024

Bartender	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Mixologia • Domínio na Manipulação de Utensílios • Conhecimento dos Ingredientes 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência • Criatividade • Proatividade • Trabalho em Equipe

Quadro 44 – Competências necessárias – Bartender

Fonte: Autoria própria, 2024

Garçom	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento das Técnicas do Serviço de Garçom • Dominar Técnicas de Venda • Habilidade no Atendimento ao Cliente 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação Eficaz • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência • Proatividade • Trabalho em Equipe • Empatia

Quadro 45 – Competências necessárias – Garçom

Fonte: Autoria própria, 2024

Recepcionista	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Habilidade no Atendimento ao Cliente • Gestão de Clientes 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação Eficaz • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência • Proatividade • Empatia

Quadro 46 – Competências necessárias – Recepcionista

Fonte: Autoria própria, 2024

Social Media	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Experiência com criação de conteúdo • Domínio das Redes Sociais • Análise de Dados e Métricas • Habilidades em Programas de Edição 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação Eficaz • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Pensamento Crítico • Flexibilidade e Resiliência • Proatividade • Criatividade

Quadro 47 – Competências necessárias – Social Media

Fonte: Autoria própria, 2024

Auxiliar de Limpeza	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento de Produtos de Limpeza e Equipamentos 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação Eficaz • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Proatividade

Quadro 48 – Competências necessárias – Auxiliar de Limpeza

Fonte: Autoria própria, 2024

Vigilante	Competências necessárias	
	Hard Skills <ul style="list-style-type: none"> • Gerenciamento de Riscos • Conhecimento em Tecnologia de Segurança 	Soft Skills <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação Eficaz • Princípios Éticos • Confiança • Organização e Gestão do Tempo • Proatividade • Segurança

Quadro 49 – Competências necessárias – Vigilante

Fonte: Autoria própria, 2024

8.2.3 Dimensionamento do quadro de pessoal

Seguindo a alocação de pessoal, obtemos a descrição dos cargos a seguir.

Nome do Cargo Administrador 1 - Finanças e Compras	Código 2521-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho Não definido (flexível)
<p>Descrição Sumária "Planejam, organizam, controlam e assessoram as organizações nas áreas de recursos humanos, patrimônio, materiais, informações, financeira, tecnológica, entre outras; implementam programas e projetos; elaboram planejamento organizacional; promovem estudos de racionalização e controlam o desempenho organizacional. Prestam consultoria administrativa a organizações e pessoas." (CBO, 2024).</p>	
<p>Descrição Detalhada Planejamento das atividades do bar; realizar pedidos de matérias-primas com os fornecedores; gerir a empresa visando maximizar os lucros e resultados; conferir os gastos e recebimentos e comunicar com o Administrador de Marketing e Gerente.</p>	
<p>Requisitos Básicos Ensino Superior em Administração ou Economia Conhecimento Pacote Office</p>	
<p>Perfil Comunicativo Proativo Espírito de liderança Organizado</p>	

Quadro 50 – Descrição do cargo – Administrador de Finanças e Compras

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Administrador 2 - Marketing e Recursos Humanos	Código 2521-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho Não definido (flexível)
Descrição Sumária "Planejam, organizam, controlam e assessoram as organizações nas áreas de recursos humanos, patrimônio, materiais, informações, financeira, tecnológica, entre outras; implementam programas e projetos; elaboram planejamento organizacional; promovem estudos de racionalização e controlam o desempenho organizacional. Prestam consultoria administrativa a organizações e pessoas." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Planejamento das atividades do bar; responsável pelo recrutamento e seleção dos funcionários; responsável pelos salários e benefícios; definir, junto ao Social Media, estratégias de propaganda e publicidade; repassar gastos para o Administrador de Finanças.	
Requisitos Básicos Ensino Superior em Administração, Marketing ou Recursos Humanos Conhecimento Pacote Office	
Perfil Comunicativo Proativo Espírito de liderança Organizado	

Quadro 51 – Descrição do cargo – Administrador de Marketing e Recursos Humanos

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Gerente	Código 1421-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 35 horas
Média Salarial R\$3.500,00	
Descrição Sumária "Planejam processos administrativos, financeiros, de compliance, de riscos e de proteção de dados pessoais e privacidade e de facilities management. Gerenciam equipes, prestação de serviços terceirizados, rotinas administrativas e financeiras. Administram riscos, recursos materiais e canal de denúncia. Participam da implementação do programa de compliance e/ou de governança em privacidade. Planejam e implementam atividades de manutenção e conservação do ambiente construído. Monitoram e avaliam o cumprimento das políticas do programa, normativas, código de ética, procedimentos internos e parceiros de negócios. Participam da identificação de situações de riscos e propõem ações para mitigação dos mesmos. Prestam atendimento ao cliente e/ou cooperado e/ou titular de dados pessoais." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Planejamento das atividades do bar; auxiliar na rotina de trabalho dos demais funcionários; resolver imprevistos que possam ocorrer durante o período de atendimento; repassar informações aos Administradores.	
Requisitos Básicos Ensino Superior em Administração Conhecimento Pacote Office	
Perfil Comunicativo Proativo Liderança Espírito de Equipe Organizado	

Quadro 52 – Descrição do cargo – Gerente

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Operador de Caixa	Código 4211-25
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 35 horas
Média Salarial R\$1.880,00	
Descrição Sumária "Recebem valores de vendas de produtos e serviços; controlam numerários e valores; atendem o público em agência postal na recepção e entregam objetos postais; recebem contas e tributos e processam remessa e pagamento de numerários por meio postal; vendem bilhetes e ingressos em locais de diversão; processam a arrecadação de prestação de serviço nas estradas de rodagem; vendem bilhetes no transporte urbano e interurbano; fazem reserva e emissão de passagens aéreas e terrestres; prestam informações ao público, tais como itinerários, horários, preços, locais, duração de espetáculos, viagens, promoções e eventos etc.. Preenchem formulários e relatórios administrativos." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Responsável por receber o pagamento dos clientes; contabilizar e organizar o dinheiro ao final do expediente e repassar informações ao Gerente.	
Requisitos Básicos Ensino Médio Completo Conhecimento Pacote Office Diferencial: experiência no cargo	
Perfil Organizado Proativo	

Quadro 53 – Descrição do cargo – Operador de Caixa

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Chef de Cozinha	Código 2711-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 37,5 horas
Média Salarial R\$3.500,00	
Descrição Sumária "Criam e elaboram pratos e cardápios, atuando direta e indiretamente na preparação dos alimentos. Gerenciam brigada de cozinha e planejam as rotinas de trabalho. Podem gerenciar, ainda, os estoques e atuar na capacitação de funcionários." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Elaborar os pratos corretamente conforme solicitado pelos clientes; ser criativo e sugerir ideias para o cardápio; manter a cozinha e estoque limpos e organizados; repassar ao Gerente ou Administrador Financeiro quais itens precisam ser repostos para a elaboração dos pratos.	
Requisitos Básicos Ensino Superior em Gastronomia Experiência na área	
Perfil Comunicativo Organizado Criativo Talentoso	

Quadro 54 – Descrição do cargo – Chef de Cozinha

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Auxiliar de Cozinha	Código 5135-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 37,5 horas
Média Salarial R\$1.500,00	
Descrição Sumária "Trabalham na área de pré-preparo, preparo de alimentos e na montagem de pratos. Manipulam alimentos infantis e nutrição enteral (fórmulas infantis, leite humano, dietas enterais e outros). Verificam a qualidade dos gêneros alimentícios, minimizando riscos de contaminação. Preparam local, organizam o trabalho e cumprem normas, procedimentos técnicos de qualidade, segurança, higiene e saúde." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Elaborar os pratos corretamente conforme solicitado pelos clientes; auxiliar o chef de cozinha na preparação e montagem dos pratos; manter a cozinha e estoque limpos e organizados.	
Requisitos Básicos Ensino Médio Completo Experiência na área Diferencial: cursos de gastronomia/patisserie	
Perfil Comunicativo Organizado Criativo Talento	

Quadro 55 – Descrição do cargo – Auxiliar de Cozinha

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Bartender	Código 5134-20
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 37,5 horas
Média Salarial R\$2.000,00	
Descrição Sumária "Atendem os clientes, servem alimentos e bebidas em restaurantes, bares, cafeterias, hotéis, hospitais, empórios, navios cruzeiros, eventos, etc. Manipulam alimentos e preparam bebidas (sucos, coquetéis, drinques, aperitivos e cafés). Analisam sensorialmente bebidas, degustando amostras e classificam bebidas. Realizam serviços de bebidas, montando cardápio harmonizado, elaborando carta de bebidas e sugerem bebidas e harmonizações." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Elaborar os drinks corretamente conforme solicitado pelos clientes; ser criativo e sugerir ideias sobre novos drinks; organizar o ambiente de trabalho antes do expediente; repassar ao Gerente ou Administrador Financeiro quais itens precisam ser repostos.	
Requisitos Básicos Curso de Bartender Experiência na área Ensino Médio Completo	
Perfil Comunicativo Organizado Criativo Talentoso	

Quadro 56 – Descrição do cargo – Bartender

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Garçom	Código 5134-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 35,5 horas
Média Salarial R\$1.900,00	
Descrição Sumária "Atendem os clientes, servem alimentos e bebidas em restaurantes, bares, cafeterias, hotéis, hospitais, empórios, navios cruzeiros, eventos, etc. Manipulam alimentos e preparam bebidas (sucos, coquetéis, drinques, aperitivos e cafés). Analisam sensorialmente bebidas, degustando amostras e classificam bebidas. Realizam serviços de bebidas, montando cardápio harmonizado, elaborando carta de bebidas e sugerem bebidas e harmonizações." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Atender aos pedidos dos clientes na mesa e bar; ser solícito para com os clientes; servir os pratos e bebidas cuidadosamente; retirar os pratos após saída dos clientes; efetuar a limpeza da mesa; ajudar na organização do salão após término do expediente.	
Requisitos Básicos Ensino Médio Completo Diferencial: experiência e cursos na área	
Perfil Comunicativo Proativo Organizado	

Quadro 57 – Descrição do cargo – Garçom

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Recepcionista	Código 4221-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 35 horas
Média Salarial R\$1.846,00	
Descrição Sumária "Recepcionam e prestam serviços de apoio a clientes, pacientes, hóspedes, visitantes e passageiros; prestam atendimento telefônico e fornecem informações em escritórios, consultórios, hotéis, hospitais, bancos, aeroportos e outros estabelecimentos; marcam entrevistas ou consultas e recebem clientes ou visitantes; averiguam suas necessidades e dirigem ao lugar ou a pessoa procurados; agendam serviços, reservam (hotéis e passagens) e indicam acomodações em hotéis e estabelecimentos similares; observam normas internas de segurança, conferindo documentos e idoneidade dos clientes e notificando seguranças sobre presenças estranhas; fecham contas e estadas de clientes. Organizam informações e planejam o trabalho do cotidiano." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Receber os clientes e direcioná-los para a mesa ou bar; manter a recepção organizada.	
Requisitos Básicos Ensino Médio Completo Experiência na área	
Perfil Comunicativo Proativo Organizado Simpático	

Quadro 58 – Descrição do cargo – Recepcionista

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Social Media	Código 2534-05
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 24 horas
Média Salarial R\$2.300,00	
Descrição Sumária "Realizam gestão das redes sociais, monitorando as mídias sociais e administrando atividades de relacionamento com público/seguidores. Elaboram planejamento estratégico de marketing digital e desenvolvem produção de conteúdo. Gerenciam marketing de influência e resultados de avaliação de desempenho." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Preparar materiais de divulgação para as redes sociais; auxiliar o Administrador de Marketing na elaboração de promoções e propagandas; manter contato com os clientes e repassar o feedback aos administradores.	
Requisitos Básicos Ensino Superior (cursando ou formado) em Marketing, Publicidade e Propaganda ou Comunicação Experiência com criação de conteúdo Domínio das Redes Sociais	
Perfil Comunicativo Organizado Criativo Proativo	

Quadro 59 – Descrição do cargo – Social Media

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Auxiliar de Limpeza	Código 5143-20
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 37,5 horas
Média Salarial R\$1.590,00	
Descrição Sumária "Executam serviços de manutenção elétrica, mecânica, hidráulica, carpintaria e alvenaria, substituindo, trocando, limpando, reparando e instalando peças, componentes e equipamentos. Realizam tratamento e limpeza pesada em estruturas e equipamentos industriais, conservam vidros e fachadas, limpam recintos e acessórios e tratam piscinas. Trabalham seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e proteção ao meio ambiente." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Realizar a limpeza do estabelecimento antes do expediente; lavar a louça durante o expediente; limpar o salão após a saída dos clientes; limpar banheiros e cozinha.	
Requisitos Básicos Experiência na área	
Perfil Proativo Organizado	

Quadro 60 – Descrição do cargo – Auxiliar de Limpeza

Fonte: Autoria própria, 2024

Nome do Cargo Vigilante	Código 5173-30
Local São Paulo - SP	Horas semanais de trabalho 37,5 horas
Média Salarial R\$2.659,70	
Descrição Sumária "Vigiam, de forma ativa, dependências e áreas públicas e privadas com a finalidade de prevenir, controlar e combater delitos como porte ilícito de armas e munições e outras irregularidades. Zelam pela segurança das pessoas, do patrimônio e pelo cumprimento das leis e regulamentos realizando rondas e monitorando câmeras e sistemas de alarme; recepcionam e controlam a movimentação de pessoas em áreas de acesso livre e restrito; fiscalizam pessoas, cargas e patrimônio, revistando pessoas e veículos; escoltam pessoas e mercadorias; vigiam parques e reservas florestais, combatendo inclusive focos de incêndio. Comunicam-se via rádio ou telefone e prestam informações ao público e aos órgãos competentes." (CBO, 2024).	
Descrição Detalhada Responsável pela ordem na entrada do estabelecimento; responsável por comunicar aos administradores qualquer falha na segurança do local.	
Requisitos Básicos Experiência na área	
Perfil Responsável Organizado Treinado para o cargo Comprometido	

Quadro 61 – Descrição do cargo – Vigilante

Fonte: Autoria própria, 2024

O horário de funcionamento do Restrô foi estabelecido utilizando uma comparação entre os principais concorrentes. Portanto, temos a seguinte organização.

Dia da semana	Horário de funcionamento
Segunda-feira	Fechado
Terça-feira	Fechado
Quarta-feira	18h às 23h
Quinta-feira	18h às 23h
Sexta-feira	18h às 02h
Sábado	18h às 02h
Domingo	18h às 22h

Quadro 62 – Horário de funcionamento

Fonte: Autoria própria, 2024

Definimos a partir do horário de funcionamento que os funcionários devem estar presentes, dependendo de seu cargo, entre 1h30min a 30min antes da abertura do gastrobar. Portanto, temos a jornada de trabalho a seguir.

Cargo	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo	Total de horas semanais
Gerente	17h30min - 23h30min	17h30min - 23h30min	17h30min - 02h30min	17h30min - 02h30min	17h30min - 22h30min	35 horas
Operador de Caixa	17h30min - 23h30min	17h30min - 23h30min	17h30min - 02h30min	17h30min - 02h30min	17h30min - 22h30min	35 horas
Garçom	17h30min - 00h	17h30min - 00h	17h30min - 02h	17h30min - 02h	17h30min - 23h	35,5 horas
Barman	16h30min - 23h	16h30min - 23h	16h30min - 02h	16h30min - 02h	16h30min - 22h	37,5 horas
Chef de Cozinha	16h30min - 23h	16h30min - 23h	16h30min - 02h	16h30min - 02h	16h30min - 22h	37,5 horas
Auxiliar de Cozinha	16h30min - 23h	16h30min - 23h	16h30min - 02h	16h30min - 02h	16h30min - 22h	37,5 horas
Auxiliar de Limpeza	17h - 23h30min - 6h30min	17h - 23h30min	17h - 02h30min	17h - 02h30min	17h - 22h30min	37,5 horas
Recepcionista	17h - 23h - 6	17h - 23h	17h - 02h	17h - 02h	17h - 22h	35 horas
Vigilante	17h30min - 00h - 06h30min	17h30min - 00h	17h30min - 03h	17h30min - 03h	17h30min - 23h	37,5 horas
Social Media	Home office - 06h	Home office - 06h	Home office - 06h	Home office - 06h	-	24 horas

Quadro 63 – Horas trabalhadas

Fonte: Autoria própria, 2024

Com base nas horas trabalhadas e na média salarial de cada cargo, elaboramos o salário e o Vale Transporte que receberão no primeiro ano de operação.

Cargo	Salário	Vale Transporte
Gerente	R\$ 4.000,00	R\$ 350,00
Operador de Caixa	R\$ 1.880,00	R\$ 350,00
Garçom	R\$ 1.900,00	R\$ 350,00
Barman	R\$ 3.300,00	R\$ 350,00
Chef de Cozinha	R\$ 3.500,00	R\$ 350,00
Auxiliar de Cozinha	R\$ 1.800,00	R\$ 350,00
Auxiliar de Limpeza	R\$ 1.700,00	R\$ 350,00
Recepcionista	R\$ 1.800,00	R\$ 350,00
Vigilante	R\$ 2.200,00	R\$ 350,00
Social Media	R\$ 2.300,00	R\$ 350,00

Quadro 64 – Salário no primeiro ano de operação

Fonte: Autoria própria, 2024

8.2.4 Estratégias de seleção e desenvolvimento

O processo de seleção deve ser estratégico, considerando os objetivos de longo prazo, a missão, visão e valores da empresa. Dessa forma, pode ser feita a escolha de candidatos que possuam o perfil necessário para a ocupação das áreas funcionais do Restrô.

Mesmo que o corpo de funcionários do Restrô seja composto por funcionários já qualificados, é necessário garantir que os mesmos estejam em constante evolução. Os administradores e o gerente deverão manter-se atualizados através de cursos e especializações, garantindo que estão alinhados com as expectativas do mercado.

O operador de caixa, garçons e recepcionista serão orientados para cursos e palestras que visam aprimorar o atendimento ao cliente. Os bartenders, chefes de cozinha e auxiliares de cozinha serão encorajados a frequentar cursos de aperfeiçoamento, visando principalmente o aprendizado de novas e diversas técnicas de cozinha, patisserie e mixologia para que o cardápio do gastrobar possa estar sempre inovando. O Social Media deve manter-se antenado às técnicas de publicidade e propaganda, visando a melhor comunicação com os clientes. Deve dedicar-se, principalmente, ao estudo de campanhas e ações publicitárias de sucesso. Os cargos de auxiliar de limpeza e vigilante terão uma

menor carga de treinamento, mas ainda assim são responsáveis por manterem-se atualizados com o mercado.

8.3 Estratégias motivacionais e gestão do clima

A hierarquia de necessidades de Maslow determina que cada ser humano possui dois grupos de necessidades, as primárias e as secundárias. As necessidades primárias são divididas nas necessidades fisiológicas (comida e água) e de segurança (segurança, proteção e abrigo). As necessidades secundárias (mas não menos importantes) são as sociais (sensação de pertencer e amor), de estima (autoestima e reconhecimento) e de autorrealização (desenvolvimento e realizações pessoais).



Figura 17 – Pirâmide de Maslow

Fonte: Google, 2024

O clima organizacional de uma empresa é diretamente influenciado pelas necessidades secundárias, visto que ele é um reflexo da relação entre os funcionários e a empresa. Essa relação é construída, especialmente, pela valorização dos funcionários. Ao garantir o bem-estar e satisfação da equipe, a empresa está investindo no maior bem dela, o capital humano.

O bom clima organizacional pode ser garantido através de algumas estratégias motivacionais. Queremos garantir que a equipe do Restrô tenha uma boa relação interpessoal, promovendo encontros e momentos de descontração entre todos. Além disso, garantir que os funcionários se sintam motivados pelo trabalho que estão

realizando, incentivando-os a estar em constante evolução pessoal e profissional. O ambiente de trabalho tem forte influência sobre o clima e desempenho dos funcionários, por isso asseguramos que o gastrobar será um local descontraído não só para os clientes, mas também para os funcionários.

9. CONCLUSÕES FINAIS

O Restrô foi idealizado para ser um ambiente interativo, cuja maior proposta de valor é a imersão nas mídias dos anos 1970, 1980 e 1990 através de comidas, bebidas, decoração e interações.

A partir dessa concepção, foi possível elaborar todo o presente Plano de Negócios, estruturando-o de forma que fosse coerente ao mercado que iria adentrar, que já teria um público-alvo bem definido e que os Planos de Marketing, Operações, Financeiro e de Recursos Humanos somariam-se para garantir o sucesso do gastrobar.

Com base nos cenários apresentados neste documento, conclui-se que o Plano de Negócios é executável.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

IDH São Paulo. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/pesquisa/37/0?tipo=ranking>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

PER. IBGE divulga rendimento domiciliar per capita 2023 para Brasil e unidades da federação | Agência de Notícias. Disponível em:

<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/39262-ibge-divulga-rendimento-domiciliar-per-capita-2023-para-brasil-e-unidades-da-federacao>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

Renda média per capita no Brasil cresce 11,5% e atinge maior valor em 12 anos.

Disponível em: <<https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/04/renda-media-per-capita-no-brasil-cresce-11-5-e-atinge-maior-valor-em-12-anos>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

DO, C. Censo do IBGE: confira população atualizada dos 645 municípios do estado de SP. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2023/06/28/censo-do-ibge-confira-populacao-atualizada-dos-municipios-de-sp.ghtml>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/panorama>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

ADMIN. Análise PEST: para que serve e como realizar - PUC Consultoria Jr.

Disponível em: <<https://puconsultoriajr.com.br/analise-pest-para-que-serve-e-como-realizar/>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

Análise PEST de um restaurante. Disponível em: <https://www.ehow.com.br/analise-pest-restaurante-info_51803/>. Acesso em: 13 jun. 2024.

MBIASOTTO.COM. Notícias - ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/noticias/setor-de-food-service-vive-momento-de-recuperacao-apos-pandemia>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022–2026. Disponível em: <<https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/entretenimento-midia/2022/outlook-2022.html>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

ESTADÃO CONTEÚDO. Faturamento da indústria de alimentos no Brasil cresceu 7,2% em 2023. Disponível em: <<https://www.canalrural.com.br/economia/faturamento-da-industria-de-alimentos-no-brasil-cresceu-72-em-2023/>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022-2026. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividades/entretenimento-midia/2022/Pesquisa-Global-de-Entretenimento-e-Midia-2022%E2%80%932026.pdf>>.

DIDIMO EFFGEN. Dados e estatísticas do entretenimento no Brasil: o que podemos esperar do setor? Disponível em: <<https://www.folhavoria.com.br/geral/blogs/midiaemercado/2024/01/30/dados-e-estatisticas-do-entretenimento-no-brasil-o-que-podemos-esperar-do-setor/#:~:text=Segundo%20uma%20pesquisa%20desenvolvida%20pela,com%20%2F3%20do%20total>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

YAMADA, C. Mercado de mídia e entretenimento no Brasil deve crescer 4,7% até 2025, segundo estudo da PwC - ABAP. Disponível em: <<https://www.abap.com.br/mercado-de-midia-e-entretenimento-no-brasil-deve-crescer-47-ate-2025-segundo-estudo-da-pwc/>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

Rendimento médio dos paulistanos é 71% maior que a média nacional e ultrapassa os R\$ 5 mil. Disponível em: <<https://www.capital.sp.gov.br/w/noticia/rendimento-medio-dos-paulistanos-e-71-maior-que-a-media-nacional-e-ultrapassa-os-r-5-mil#:~:text=O%20sal%C3%A1rio%20m%C3%A9dio%20do%20trabalhador,Pesquisa%20Nacional%20por%20Amostra%20de>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

VEJA. PIB de SP deve crescer até 2,5% em 2024, mais do que o nacional, diz Seade. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/radar-economico/pib-de-sp-deve-crescer-ate-25-em-2024-mais-do-que-o-nacional-diz-seade>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

DE, B. Produto Interno Bruto - PIB | IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

Constituição reconhece bares e restaurantes como essenciais - Bares & Restaurantes. Disponível em: <[https://abrasel.com.br/revista/gestao-do-setor/setor-essencial/#:~:text=Quase%20metade%20\(45%25\)%20de,em%20todos%20os%20outros%20segmentos](https://abrasel.com.br/revista/gestao-do-setor/setor-essencial/#:~:text=Quase%20metade%20(45%25)%20de,em%20todos%20os%20outros%20segmentos)>. Acesso em: 14 jun. 2024.

Tripadvisor. Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/TravelersChoice>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

São Paulo, capital gastronômica do Brasil - Sebrae. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/sao-paulo-capital-gastronomica-do-brasil,e65486c19a060810VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

DINO. São Paulo reúne mais de 156 mil bares e restaurantes. Disponível em: <<https://dino.ig.com.br/2024-04-11/sao-paulo-reune-mais-de-156-mil-bares-e-restaurantes.html>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

GIULIA TRECCO. Conheça os 17 restaurantes de São Paulo premiados com estrelas Michelin em 2024. Disponível em: <<https://saopaulosecreto.com/restaurantes-com-estrela-michelin-em-sp/>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

São Paulo tem 156 mil bares e restaurantes. Veja bairros com mais estabelecimentos. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/gestao/noticia/2024/01/sao-paulo-tem-156-mil-bares-e-restaurantes-veja-bairros-com-mais-estabelecimentos.ghtml>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

Food service 2024: fique por dentro das principais tendências para o setor - Abrasel. Disponível em: <<https://pe.abrasel.com.br/noticias/noticias/food-service-2024-fique-por-dentro-das-principais-tendencias-para-o-setor/>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

Análise da concorrência - Sebrae. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/analise-da-concorrenca,456836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 20 jun. 2024.

EQUIPE TOTVS. Análise Pestel: o que é, fatores, quando usar, como fazer. Disponível em: <<https://www.totvs.com/blog/negocios/analise-pestel/>>. Acesso em: 20 jun. 2024.

SCHROER, H. Alimentação fora do lar: mercado, desafios e tendências. Disponível em: <<https://geofusion.com.br/blog/alimentacao-fora-do-lar/>>. Acesso em: 20 jun. 2024.

Legislação Municipal - Catálogo de Legislação Municipal. Disponível em: <<https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/decreto-49969-de-28-de-agosto-de-2008>>. Acesso em: 20 jun. 2024.

DA, P. ALF. Disponível em:

<<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/deguos/index.php?p=344410>>. Acesso em: 20 jun. 2024.

DA, P. Vigilância de Alimentos. Disponível em:

<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/saude/vigilancia_em_saude/vigilancia_sanitaria/alimentos/index.php?p=7035#12>. Acesso em: 21 jun. 2024.

DA, P. Licença Sanitária - CMVS. Disponível em:

<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/saude/vigilancia_em_saude/index.php?p=226958>. Acesso em: 21 jun. 2024.

Corpo de Bombeiros | Portal. Disponível em:

<http://www.ccb.policiamilitar.sp.gov.br/portalc/_seguranca-contra-incendio/instrucoes-reg.php>. Acesso em: 21 jun. 2024.

Corpo de Bombeiros | Portal. Disponível em:

<http://www.ccb.policiamilitar.sp.gov.br/portalc/_seguranca-contra-incendio/perguntas-freq-licen.php>. Acesso em: 21 jun. 2024.

Qual o papel do setor Food Service na Sustentabilidade Ambiental? Disponível em:

<<https://www.winterhalter.com/br-pt/blog-winterhalter/qual-o-papel-do-setor-food-service-na-sustentabilidade-ambiental/>>. Acesso em: 21 jun. 2024.

MILANI, E. ESG na cadeia de Food Service: um imperativo para o futuro dos negócios.

Disponível em: <<https://exame.com/lideres-extraordinarios/esg-na-cadeia-de-food-service-um-imperativo-para-o-futuro-dos-negocios/>>. Acesso em: 21 jun. 2024.

Estudo pioneiro analisa tendências em ESG do setor de alimentos e bebidas no Brasil.

Disponível em: <<https://kpmg.com/br-pt/home/insights/2023/09/alimentos-bebidas-estudo-analisa-tendencias-esg-setor.html>>. Acesso em: 21 jun. 2024.

HORIZONTALIZAÇÃO E VERTICALIZAÇÃO. Disponível em:

<<https://www.fem.unicamp.br/~sergio1/graduacao/EM335/Temas/HORIZONTALIZACAO%20E%20VERTICALIZACAO.htm>>. Acesso em: 19 set. 2024.

LUIZ GUSTAVO PACETE. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>>. Acesso em: 20 set. 2024.

Publicidade no Instagram | Instagram para Empresas. Disponível em:
<https://business.instagram.com/advertising?locale=pt_BR>. Acesso em: 20 set. 2024.

ALMEIDA, J. Tabela 2 – Definições de Estratégia — Observatório da Estratégia da Justiça Federal. Disponível em: <[ARTIGO; BERGAMINI, C. LIDERANÇA: A ADMINISTRAÇÃO DO SENTIDO. \[s.l: s.n.\]. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/j/rae/a/V6HxfSxghqbGdKPvVRDqqWC/?format=pdf&lang=pt>>.](https://www.cjf.jus.br/observatorio2/sobre/nota-explicativa-sobre-nomenclatura-utilizada/tabela-2-2013-definicoes-de-estrategia#:~:text=Conceito%20de%20estrat%C3%A9gia&text=Refere%2Dse%20%C3%A0%20rela%C3%A7%C3%A3o%20entre,rela%C3%A7%C3%A3o%20futura%20(plano%20estrat%C3%A9gico).&text=Conjunto%20(de)%20das%20decis%C3%B5es%20que,de%20tempo%20estabelecido%20(determinado).>. Acesso em: 21 jun. 2024.</p></div><div data-bbox=)

Desenvolvendo competências: mapear para alinhar expectativas - Sebrae. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/desenvolvendo-competencias-mapear-para-alinhar-expectativas,98181b6322ee3810VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 21 nov. 2024.

BRANDÃO, H. P.; BAHRY, C. P. Gestão por competências: métodos e técnicas para mapeamento de competências. Revista do Serviço Público, v. 56, n. 2, p. 179–194, 20 fev. 2014.

Você sabe o que são soft skills? - Sebrae. Disponível em:
<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-o-que-sao-soft-skills,dd08aa5148f55810VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 25 nov. 2024.

GUIMARÃES, M. F.; DE OLIVEIRA ARIEIRA, J. O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO COMO UMA FERRAMENTA DE GESTÃO. [s.d.].

SCHEIN, E. "Uma nova concepção de cultura organizacional." Sloan Management Review 25.2 (1984).

A hierarquia de necessidades de Maslow – O que é e como funciona. Disponível em:
<<https://www.gov.br/transportes/pt-br/assuntos/portal-da-estrategia/artigos-gestao-estrategica/a-hierarquia-de-necessidades-de-maslow>>. Acesso em: 28 nov. 2024.

Vista do A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE PESSOAS NA PROMOÇÃO DO BOM CLIMA ORGANIZACIONAL. Disponível em:

<<https://revista.unifcv.edu.br/index.php/revistapos/article/view/367/277>>. Acesso em: 30 nov. 2024.