



6º Simposio de Ensino de Graduação

DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UM RESTAURANTE COMERCIAL POR QUILO EM PIRACICABA, SP

Autor(es)

GABRIELA KRAFT FLORÊNCIO

Co-Autor(es)

ALINE MARIA TEIXEIRA DE LIMA
DÉBORA CAROLINE PAIXÃO
MIRIÃ DE CASTRO COSTA

Orientador(es)

RITA FURLAN

1. Introdução

Atualmente com a globalização e a com a incursão do dia-a-dia, umas das atividades sociais favoritas e freqüentes das pessoas é se alimentar fora de casa, em restaurantes, lanchonetes, bares, dentre outros. Algumas mudanças significativas foram ocasionadas na sociedade contemporânea, que provocaram transformações na alimentação e nos hábitos alimentares dos seres humanos, que passaram a desfrutar cada vez menos da cozinha doméstica. Essas mudanças foram acarretadas por fatores que decorrem da urbanização, da industrialização, da profissionalização das mulheres, elevação do nível de vida, da educação, do acesso mais amplo da população ao lazer e da redução do tempo para o preparo e consumo dos alimentos (WALKER E LUNDBERG, 2003).

A qualidade de vida cotidiana é a reflexão deste século e cada vez mais a alimentação coletiva vem se tornando parte deste assunto (MARICATO,2005) Desde 2004, com o aumento da estabilidade da renda dos brasileiros e juntamente com a correria diária, os setores de alimentação coletiva vem crescendo em média 15% ao ano Esse mercado, já movimenta R\$100 bilhões por ano no Brasil e cresceu cerca de 16%, só em 2007 (DONNA, 2008).

Segundo Mastradonalkis (2008), 25% do orçamento alimentar é gasto com alimentação fora de casa e, com o desenvolvimento econômico do país, a tendência é aumentar. No Estados Unidos, onde o desenvolvimento econômico é alto, a população gasta fora de casa com alimentação, cerca de 46,2% das despesas alimentares (SALAY, 2005).

A estimativa da Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas (ABERC), para 2008 é de 8,2 milhões de refeições por dia e uma movimentação de 9,5 bilhões de reais (SILVA, 2008).

Um dos estabelecimentos mais freqüentados pelos trabalhadores em geral, nas refeições realizadas fora do

lar, é o restaurante por quilo, onde além da praticidade, o restaurante oferece várias opções, o que permite ao consumidor compor o seu prato, de acordo com sua preferência e renda (LOBO, 1999).

De acordo com a Associação de Bares e Restaurantes Diferenciados (ABREDI), 25% dos estabelecimentos funcionam por mais de 5 anos, pois o foco não é apenas oferecer alimentação aos clientes, mas ter um estabelecimento consolidado que um dia foi planejado (SEBRAE/BA, 2008).

Assim, formalizar um estudo a respeito das idéias e propostas para implantar um negócio, definindo o conceito, os riscos, os concorrentes, o perfil da clientela, bem como todo o plano financeiro que viabilizará o novo negócio, é de suma importância, para decidir a iniciar um negócio específico ou ampliar um já existente.

2. Objetivos

O objetivo deste trabalho foi desenvolver um estudo para implantar uma unidade operacional diferenciada no segmento de restaurante comercial por quilo, em Piracicaba, SP.

3. Desenvolvimento

A realização deste trabalho se deu em dois momentos. Num primeiro foram realizadas cinco visitas técnicas em restaurantes comerciais localizados em Piracicaba e Santa Bárbara D'Oeste, SP, monitoradas por um roteiro de visita técnica, previamente elaborado, a fim de se conhecer os serviços oferecidos ao público e, assim poder gerar propostas inovadoras para um serviço de alimentação diferenciado. Num segundo momento, optou-se por trabalhar com o plano de negócios do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), especificamente com as planilhas SPPLAN, identificando os aspectos mercadológicos, operacionais, administrativos e financeiros, sempre com a perspectiva de se prestar um serviço diferenciado à população da cidade de Piracicaba – SP, oferecendo uma alimentação saudável, contribuindo assim para uma melhoria da qualidade de vida.

Uma das propostas deste restaurante é ter uma arquitetura moderna, com ambiente agradável e tranquilo, onde o cliente encontrará um espaço desejado para passar umas das principais horas do seu dia, que é o horário do almoço.

Nas visitas técnicas, além das entrevistas realizadas, houve a observação e o conhecimento do local, como cozinha, refeitório, estoques e banheiros.

Levando-se em consideração que o restaurante prestará serviço diferenciado por quilo à população da cidade de Piracicaba – SP, a estrutura física, administrativa e financeira permearam o estudo todo o tempo.

4. Resultado e Discussão

Os resultados apontaram a necessidade de uma área física de 1.848 m², para atender 1000 pessoas/clientes ao dia, o que implicará em um quadro funcional total de 42 funcionários: 02 cozinheiros chefe, 08 auxiliares de cozinha, 08 faxineiras, 08 ajudantes de serviços gerais, 03 registradoras de balança, 06 garçons, 03 caixas, 02 gerentes administrativos e 02 nutricionista. O restaurante oferecerá serviços apenas no horário do almoço, com perspectiva de cobrança de R\$ 17,00/quilo. O buffet será composto por opções: 30 tipos de pratos principais (carnes), 40 tipos de saladas e 30 tipos de acompanhamentos.

Sobremesas e bebidas serão comercializadas à parte, R\$11,00/quilo para sobremesas e R\$3,00, R\$2,50 e R\$1,50 para sucos naturais, refrigerantes e água. Será oferecido um preço diferenciado para consumidores que não se servirem de carnes, igual a R\$ 13,00 /quilo.

O investimento necessário para a montagem do restaurante é da ordem de R\$ 502.475,98 sendo R\$ 22.821,54 de capital de giro (conjunto de valores necessários para a empresa girar). As despesas fixas e operacionais resultaram em R\$ 123.332,27, com depreciação de R\$ 2.030,81, manutenção de R\$ 443,66 e R\$ 259,33 de seguro. A contribuição social sobre o lucro líquido será de R\$ 14.920,00, o imposto de renda R\$ 14.920,00, o adicional de imposto de renda R\$ 14.520,00 e o resultado líquido será de R\$ 318.409,54, sendo R\$ 2.030,81 de depreciação. A rentabilidade (remuneração do capital investido na empresa) será de R\$ 535.570,07 e a lucratividade (ganho obtido sobre as vendas realizadas) de R\$ 316.378,73, com retorno dos investimentos em 1,39 meses.

O nome escolhido para o restaurante foi Saúde & Sabor, para chamar a atenção dos consumidores para o aspecto qualidade de vida, promoção da saúde e prazer, preocupações estas que devem sempre estar presentes entre os nutricionistas que trabalham com alimentação coletiva.

5. Considerações Finais

O plano de negócio do SEBRAE permitiu ter uma previsão global das necessidades estruturais e financeiras do restaurante comercial por quilo, sinalizando, inclusive, o tempo previsto para se obter lucratividade no empreendimento, bem como a necessidade do empreendedor estar sempre alerta ao planejamento, organização e controle das atividades. Conclui-se então, que para se ter sucesso em um empreendimento, primeiramente há que se realizar um estudo e planejamento para implantação de um negócio.

Referências Bibliográficas

LOBO, Alexandre. **Manual de estrutura e organização do restaurante comercial**. Ed. Atheneu, São Paulo, 1999.

MARICATO, Percival. **Como montar e administrar bares e restaurantes**. 6ª edição: Senac, São Paulo, 2005.

WALKER, Jonh R. e LUNDBERG, Donald E. **O restaurante – conceito e operação**. 3ª edição: Bookman, Porto Alegre, 2003.

DONNA, Enzo. **Refeições fora do lar**. Periódico eletrônico: ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Disponível em: <http://www.abrasel.com.br/index.php/atualidade/item/4207/> [acesso em 02 maio 2008].

DONNA, Enzo. **Alimentação fora do lar**. Periódico eletrônico: ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Disponível em: <http://www.abrasel.com.br/index.php/atualidade/item/3579/> [acesso em 02 maio 2008].

MASTRANDONAKIS, Marco Antônio. FISPAL FOOD SERVICE – **Orçamento alimentar do brasileiro**. Disponível em: <http://www.fispal.com/main.asp?m=4&l=ptb> [acesso em 01 maio 2008].

SALAY, Elisabete. **Consumo alimentar fora do domicílio**. Periódico eletrônico: ComCiência, 2005. Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/2005/09/14.shtml> [acesso em 29 de abril de 2008].

SEBRAE/BA. **Restaurante de comida a quilo**. Disponível em: <http://www2.ba.sebrae.com.br/definaseunegocio/%7B47A4DA89-91D5-40C4-9B41-8DDDA3EF7EC7%7D.asp> [acesso em 02 maio 2008].

SILVA, José Maurício. **Mercado real de refeições.** Periódico eletrônico: ABERC - Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas. Disponível em: <http://www.aberc.com.br/base.asp?id=3> [acesso em 01 maio 2008].