

**7º Simpósio de Ensino de Graduação****PLANO DE NEGÓCIOS PARA A IMPLANTAÇÃO DE UM RESTAURANTE COMERCIAL TIPO
SELF-SERVICE NA CIDADE DE RIO CLARO, S.P.****Autor(es)**

PATRÍCIA CRISTINA WESOLOWSKI TAVARES

Co-Autor(es)

BRUNA OLÍVIA DAMN
JULIENE FRANCISCHINI PEREIRA**Orientador(es)**

RITA DE CÁSSIA FURLAN PECORARI

1. Introdução

Tem se tornado cada vez mais comum a realização de refeições fora de casa em restaurantes. Esse fato vem ocorrendo por vários motivos, como a maior inserção da mulher no mercado de trabalho, a distância entre o local de trabalho e o domicílio e a falta de tempo devido à “correria” e agitação cotidiana e, a soma desses fatores, acabou elevando consideravelmente a demanda pelo setor de alimentação coletiva (MORAES, 2009).

O cenário começou a mudar com a instalação de redes fast-food e o surgimento dos restaurantes self-service a preço único (bufê) e depois por pesagem. Essas opções permitiram ao consumidor uma redução no tempo de espera de atendimento, bem como escolher entre vários pratos de saladas, carnes e massas, pagando apenas o consumo (DONATO, 2009).

Essa tendência espalhou-se por todo o Brasil, atingindo até mesmo as cidades do interior dos estados, pois ganhou a preferência do grande público. Com essa evolução, até alguns restaurantes tradicionais já aderiram ao bufê por quilo na hora do almoço para atrair novos clientes. Ao cobrar por quilo, o restaurante confronta os consumidores exagerados com a realidade do que consomem.

A profissionalização, as exigências dos órgãos da Vigilância sanitária, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio e as mudanças de hábitos dos consumidores, levaram os proprietários de restaurantes comerciais a começar buscar ajuda de nutricionistas e consultores técnicos para ajustar seus estabelecimentos às normas sanitárias e às exigências dos clientes (MARICATO, 2005).

O aumento da concorrência tem levado o proprietário do restaurante por quilo a se preocupar constantemente em como manter a clientela. Assim, a modernização das instalações e do sistema operacional é um atrativo, mas ele precisa apresentar novidades regularmente para não desmotivar os clientes. A presença do profissional nutricionista tem se fortalecido no setor de alimentação coletiva, especialmente em restaurantes comerciais, exercendo atividades de planejamento, direção e supervisão das unidades de alimentação e nutrição, aliando o prazer que uma refeição deve proporcionar com a promoção da saúde (CFN, 2005).

O restaurante comercial é um mercado promissor com enormes chances de ser um empreendimento lucrativo, desde que planejado e gerenciado com competência técnica e administrativa associado a uma certa dose de arrojo do empreendedor.

Uma importante ferramenta de gestão para o planejamento e futuro de um empreendedor, é o plano de negócios que ajuda a lançar seu projeto com bases sólidas, construídas a partir de informações de mercado, dados financeiros, tendências nacionais e internacionais, da situação de sua empresa e da concorrência.

2. Objetivos

Desenvolver um plano de negócio para fins de analisar a viabilidade na implantação de um restaurante comercial tipo self-service na cidade de Rio Claro, SP.

3. Desenvolvimento

No estudo para a implantação de um restaurante comercial tipo self-service, adotou-se o modelo do Plano de Negócios do SEBRAE, constituído de 20 planilhas que aborda desde o resumo executivo, o plano de marketing, os detalhes da operação do negócio, a incorporação de recursos humanos e o plano financeiro. Este plano proporcionou uma visão bastante detalhada do tipo do empreendimento em questão. Foram também realizadas 3 visitas técnicas em restaurantes comerciais self-service na cidade de Piracicaba, SP, onde foram aplicados questionários com perguntas específicas aos proprietários e/ou funcionários dos estabelecimentos. A abordagem dos questionários foi quanto aos aspectos técnicos (área física e setores de produção, cardápios praticados, tipo de serviços), operacionais (técnicas dietéticas, controles higiênico sanitários, escala de serviços) e administrativos (recursos humanos, política de compras, custos diretos e indiretos, margem de contribuição) para conhecer a prática da concorrência neste segmento.

Nessas visitas, foram obtidos dados importantes para um melhor entendimento da operacionalização e administração de um restaurante comercial dessa categoria e assim, pode-se melhor delinear um plano de negócios com características mais apropriadas e inovadoras.

Durante as visitas, foi possível conhecer as cozinhas in loco, observar a parte estrutural, abordar os cozinheiros sobre a qualidade das matérias-primas utilizadas na produção, conhecer as condições e ambiente de trabalho, o conhecimento técnico de alguns dos integrantes da equipe de trabalho e, a partir disso, foi possível entender melhor as peculiaridades da linha de produção e amadurecer o projeto do restaurante.

Foi possível também compreender a importância que alguns fatores têm para que o estabelecimento prospere, como a estrutura física do estabelecimento, a equipe de trabalho, a organização da equipe, o planejamento dos cardápios, equipamentos e utensílios, custos, entre outros.

A partir desses dados, foi possível alimentar as planilhas que compõem o plano de negócios do SEBRAE e desenvolver o projeto na sua totalidade.

4. Resultado e Discussão

O plano de negócios ora proposto, procurou contemplar um modelo diferenciado de empreendimento no segmento de restaurante comercial tipo self-service, considerando toda a investigação realizada em restaurantes similares.

O plano de negócios para implantação do restaurante apontou ser o centro da cidade de Rio Claro, SP, o melhor ponto. Localizado nas imediações do jardim público, em uma área comercial e próxima aos bancos, tem um público alvo composto de comerciantes, bancários e a própria população potencialmente frequentadora da área central da cidade. Esta região de Rio Claro carece deste tipo de estabelecimento num estilo mais moderno, tanto em ambiência como em tipo de serviço.

O projeto do restaurante prevê uma área física total de 450m², sendo 347 m² de área construída e 103m² de área livre para estacionamento para os clientes.

A área construída proposta terá os seguintes setores: recebimento, área para gás, área para lixo, estoque de produtos de limpeza, estoque seco, estoque frio, lavagem de utensílios, pré-preparo de vegetais, pré-preparo de carnes, cocção, sala da administração/nutricionista, vestiário para funcionários, banheiro para os consumidores, área de distribuição/refeitório e caixa.

O restaurante será do tipo self-service cobrado a quilo, com um preço de R\$19,90/ quilo de refeição e, oferecerá um cardápio variado e nutritivo supervisionado por profissional nutricionista.

Segundo Silva, 2002, chegou-se ao seguinte modelo de cardápio para o restaurante comercial: pratos básicos (arroz e feijão), 3 pratos protéico (carnes), 3 guarnições, 1 massa com molho e 4 saladas. A sobremesa e as bebidas terão preço diferenciado e serão cobradas à parte, sendo em média R\$3,00 para bebidas e R\$19,90 o quilo da sobremesa.

A equipe de trabalho será composta por 10 funcionários, sendo: 1 chefe de cozinha, 1 cozinheira, 4 auxiliares de cozinha, 1 saladeiro, 2 garçons e 1 faxineira.

O horário de funcionamento se dará de segunda a sexta-feira das 11h às 14h visando atender 400 pessoas/dia e aos sábados das 11h às 13h30min, visando atender 200 pessoas.

A previsão é que 7200 pessoas se alimentem por mês no restaurante, com um consumo médio de 500g de refeição/dia/ pessoa, o que gerará um total de 3.600 kg de alimentos consumidos ao mês dos clientes.

O restaurante terá como diferencial um atendimento personalizado aos clientes, com a presença de profissional nutricionista, que trabalhará com um cardápio que ofereça uma alimentação nutritiva, proporcionando uma melhor nutrição e qualidade de vida aos consumidores. Informações nutricionais aos consumidores serão adotadas diariamente.

O nome do restaurante será “Sabor e Vida”, remetendo ao consumidor, que uma alimentação pode ser ao mesmo tempo nutritiva, saborosa, aliando prazer, atendimento e qualidade de vida.

O investimento previsto para aquisição de equipamentos, utensílios e mobília foi na ordem de R\$15.135,00.

Para a montagem do restaurante, será necessário um investimento de R\$62.246,27. As despesas fixas e operacionais resultaram em R\$25.326,50, sendo R\$563,08 com depreciação, manutenção e seguro.

A margem de contribuição é de R\$50.546,03 e o valor das despesas fixas operacionais é de R\$25.326,50.

A rentabilidade (remuneração do capital investido na empresa) será de

R\$17.706,11 e a lucratividade (ganho obtido sobre as vendas realizadas) de R\$25.219,53, sendo o ponto de equilíbrio R\$58.889,36 (quanto precisa vender por mês para pagar os gastos).

O retorno dos investimentos se dará após 7 meses de funcionamento do estabelecimento, considerando toda a previsão ora detalhada.

Desta forma pode-se concluir que a viabilidade da implantação do restaurante tipo self-service é positiva.

5. Considerações Finais

Para a implantação de um restaurante comercial, é necessário um estudo detalhado, com planejamento prévio minuciosamente discriminado, que ofereça noção do valor do investimento, volume médio dos serviços, despesas fixas e variáveis, para assegurar a viabilização do empreendimento. A partir dos resultados obtidos, conclui-se que o projeto de implantação do restaurante comercial poderá ser viável, já que a previsão de retorno do investimento se dará, a curto prazo, ou seja, após 7 meses da implantação.

Referências Bibliográficas

CFN. Conselho Federal de Nutricionistas. Resoluções CFN n° 380/2005. Disponível em <<http://www.cfn.org.br/novosite/pdf/res/2005/res380.pdf>> . Acesso em 1° de junho de 2009.

DONATO, D. R. DE Restaurante por quilo: uma área a ser abordada. São Paulo: Editora Metha, 2009.

MARICATO, P. Como montar e administrar bares e restaurantes. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

MORAES, F. A. ET.al. Perdas de vitamina C em hortaliças durante o armazenamento, preparo e distribuição em restaurantes. Rev. Ciência & Saúde Coletiva da Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva/ISSM 1413-8123;2009. Disponível em: <http://www.abrasco.org.br/cienciaesaudecoletiva/artigos/artigo_int.php?id_artigo=1091> . Acesso em: 01 jun. 2009.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2009. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/defina-negocio/ramos-de-atividade/integra_ideia> . Acesso em: 31 agosto 2009.

SILVA, Sandra M.C.S. Cardápio: guia prático para a elaboração. São Paulo: Ed. Atheneu/Centro Universitário São Camilo, 2002.