



PLANO DE NEGÓCIO:

Prato Predileto

BELO HORIZONTE

2016

**KAROLINA DE SOUZA AGANETTI PEREIRA
POLIANA FERREIRA RAMOS
WANDERLAINE ERMELINDA DE LIMA**

PLANO DE NEGÓCIO:

Prato Predileto

Trabalho apresentado à disciplina de Empreendedorismo e Elaboração de Projetos V do Curso de Administração da FAMIG – Faculdade Minas Gerais como requisito parcial para obtenção de nota e conclusão do curso de Administração.

Orientador(a): Maximiliano Francisco de Oliveira

BELO HORIZONTE

2016

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABIA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DA ALIMENTAÇÃO

ABRASEL – ASSOCIAÇÃO DE BARES E RESTAURANTES

CGC – CADASTRO GERAL DO CONTRIBUINTE

COFINS – CONTRIBUIÇÃO PARA O FINANCIAMENTO DA SEGURIDADE SOCIAL

CPF – CADASTRO DE PESSOA FÍSICA

CRM – *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*

CSSL – CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO LIQUIDO

FAMIG – FACULDADE MINAS GERAIS

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA

ICMS – IMPOSTO SOBRE CIRCULAÇÃO DE MERCADORIAS E SERVIÇOS.

IPC – ÍNDICE DE PREÇOS

ISS – IMPOSTO SOBRE SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA

JUCEMG – JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

MG – MINAS GERAIS

PIB – PRODUTO INTERNO BRUTO

PIS – PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO SOCIAL

RG – REGISTRO GERAL

TI – TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Oportunidades e ameaças.....	16
Quadro 02 – Enquadramento tributário.....	18
Quadro 03 – Projeção salarial.....	50
Quadro 04 – Recrutamento.....	52
Quadro 05 – Custos do recrutamento.....	53
Quadro 06 – Seleção de pessoal.....	55
Quadro 07 – Grupos ocupacionais.....	57
Quadro 08 – Escala gráfica de avaliação.....	58
Quadro 09 – Análise de dados.....	75
Quadro 10 – Análise Swot do empreendimento	79
Quadro 11 – Objetivos estratégicos	81
Quadro 12 – BSC do empreendimento	83
Quadro 13 – Média de valores de pratos dos concorrentes	84
Quadro 14 – Controle de produção.....	86
Quadro 15 – Listagem de fornecedores.....	89
Quadro 16 – Recursos Patrimoniais.....	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Investimento Inicial.....	62
Tabela 02 – Projeção de vendas.....	64
Tabela 03 – Fluxo de caixa.....	65
Tabela 04 – Orçamentos.....	67
Tabela 05 – DRE.....	67
Tabela 06 – Impostos.....	68
Tabela 07 – TIR.....	69
Tabela 08 – VPL.....	70
Tabela 09 – Pay Back.....	71
Tabela 10 – Investimentos fixos	99
Tabela 11 – Custos fixos e variáveis.....	100
Tabela 12 – Despesas.....	101
Tabela 13 – Despesas fixas	103
Tabela 14 – Despesas Variáveis.....	104
Tabela 15 – Método de rateio dos custos.....	105
Tabela 16 – Custos do produto e serviço.....	107
Tabela 17 – Ponto de equilíbrio.....	108

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Organograma.....	40
Figura 02: Fluxograma	42
Figura 03: Analise matriz SWOT.....	77
Figura 04: BSC	82
Figura 05: Layout.....	87
Figura 06: Fluxograma processo logístico.....	95

1.	SUMÁRIO EXECUTIVO	11
1.1	Conceito do negócio:	11
1.2	Resumo dos principais pontos do plano de negócios:	11
1.3	Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.....	12
1.4	Dados do Empreendimento	12
1.5	Visão	12
1.6	Missão	13
1.7	Forma Jurídica.....	13
1.8	Enquadramento tributário	13
1.9	Capital Social.....	13
1.10	Fonte de Recursos	13
2.	ANÁLISE DO CENÁRIO / MACRO AMBIENTE	14
2.1	Identificação de oportunidades de negócios:	14
2.2	Análise do segmento econômico do negócio.....	14
2.3	Indicadores macroeconômicos.....	14
2.4	Oportunidades e ameaças do negocio em relação ao macro ambiente.....	15
2.5	Análise de concorrência.....	16
2.6	Perfil do consumidor	17
2.7	Identificação dos fornecedores em potencial	17
3.	ASPECTOS LEGAIS	18
3.1	Ramo de atividade do negócio:.....	18
3.2	Regime juridico e enquadramento tributário.....	18
3.3	Contrato social.....	18
3.4	Aspectos legais	23
3.4.1	CNAE 2.0	24
3.5	Análise da relação consumerista	25
3.6	Riscos ambientais.....	26
4.	ESTRUTURA GERENCIAL	27
4.1	Definição do plano de contas:.....	27
5.	ANÁLISE DO MICRO AMBIENTE	37
5.1	Demanda relacionada ao negocio:	37
5.2	Curvas de possibilidades de produção e linhas de possibilidade de consumo e custo de oportunidade.....	37
5.3	Sensibilidade de preço do produto.....	38
5.4	Estrutura de mercado	38

5.5	Consumidores, produtores e eficiência de mercado	39
6.	ESTRUTURA OPERACIONAL	40
6.1	Estrutura organizacional do negócio:.....	40
6.2	Processos internos e representação por fluxograma	41
6.3	Missão	42
6.3,1	Visão	42
6.3.2	Valores	42
6.3.3	Política do negócio (cultura).....	42
6.4	Metodo de liderança aplicado ao negocio.....	43
6.5	Programa QVT	43
6.6	Modelo motivacional	43
6.7	Programa de responsabilidade social	44
7.	PLANO MERCADOLÓGICO.....	45
7.1	Público Alvo.....	45
7.2	Principais produtos e serviços	45
7.3	Estratégia de preço.....	45
7.4	Estrategia de comunicação e promoção	45
7.5	Estratégia de distribuição de venda	46
7.6	Programa de vendas	46
7.7	Previsão de demanda/vendas	46
8.	PLANO DE PESSOAL	47
8.1	Cargos e salários.....	47
8.1.2	Benefícios.....	49
8.2	Plano de carreira	50
8.3	Encargos sociais incidentes sobre a remuneração	50
8.4	Recrutamento	51
8.5	Seleção de pessoal	54
8.6	Programa de avaliação de desempenho.....	56
8.7	Programa de treinamento e desenvolvimento de pessoal.....	58
9.	PLANO FINANCEIRO.....	62
9.1	Investimento inicial	62
9.2	Capital de giro	62
9.3	Projeção de vendas	63
9.4	Fluxo de caixa	65
9.5	Orçamentos (Recrutamento, mão de obra, marketing e matéria-prima).....	67
9.6	DER/balanço	67

9.7	Projeção tributaria.....	68
9.8	Análise do investimento.....	68
9.8.1	TIR	68
9.8.2	VPL	70
9.8.3	Pay Back	71
9.8.4	Lucratividade e Rentabilidade.....	71
10.	PLANO ESTRATÉGICO	72
10.1	SIM – Sistema integrado de Marketing	72
10.1.1	Fonte de informação para o SIM.....	73
10.1.2	Pesquisa de Marketing	74
10.1.3	Análise de dados/informações.....	74
10.2	Análise a Matriz SWOT	75
10.2.1	Strengths	76
10.2.2	Weaknesses	76
10.2.3	Opportunities	76
10.2.4	Threats	77
10.3	Estratégias de posicionamento de mercado	79
10.4	Balanced Scorecard	81
11.	PLANO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO	84
11.1	Estrutura, sistemas e características de produção.....	84
11.2	Planejamento e controle da produção.....	85
11.3	Layout.....	87
11.4	Listagem de possíveis fornecedores.....	88
11.5	Processo de recebimento e controle de materiais	90
11.6	Indicadores de estoques.....	91
11.7	Ferramentas de T.I aplicavies ao processo de planejamento e controle da logística e produção	91
11.8	Recursos Patrimoniais e formas de controle do patrimônio	93
11.9	Fluxograma do processo logístico	94
11.10	Programa de logística reversa/verde/ marketing/sustentabilidade.....	95
11.11	Processo de atendimento ao cliente e as ferramentas de atendimento	96
12.	PROJEÇÕES DE CUSTOS E FORMAÇÕES DE PREÇO	98
12.1	Investimento	98
12.1.1	Custos	100
12.1.2	Despesas	100
12.1.3	Despesas fixas	103

12.1.4 Despesas variáveis.....	104
12.2 Método de rateio dos custos.....	104
12.3 Custo do produto e serviço.....	106
12.4 Preço de venda	108
12.5 Margem de contribuição	108
12.6 Ponto de equilíbrio.....	108
13. CONCLUSÃO	109
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	Erro! Indicador não definido.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 Conceito do negócio:

O empreendimento apresentado será na área alimentícia, um restaurante para atendimento da classe A, localizado no bairro Savassi em Belo Horizonte - MG. O restaurante contará com uma infra-estrutura de requinte, com o diferencial do atendimento on-line no site da empresa, onde o cliente escolherá o prato, acompanhamentos e o horário que o mesmo deverá ser servido.

1.2 Resumo dos principais pontos do plano de negócios:

Na área de gestão de pessoas, foi elaborado o plano de recrutamento e seleção dos funcionários, as avaliações de desempenho a serem aplicadas, bem como o treinamento e desenvolvimento dos mesmos.

Nas finanças foi elaborada a projeção de orçamentos, DRE, balanço, projeção tributária e análise de investimento, projeção de custos e formação de preços sendo demonstrados os custos, despesas fixas e variáveis, definição de sistema de custeio de estoque e a definição de preço de venda no intuito de verificar a viabilidade financeira do negócio, bem como o desenvolvimento do plano de contas.

Além realizado o estudo do macro ambiente e do Microambiente, mostrando de forma mais aprofundada os agentes , que podem afetar o negócio, assim como os benefícios, oriundos da análise. No Plano de Produção e Distribuição do empreendimento serão abordados a definição de estrutura, sistema de controle a ser utilizado e as características da produção.

A logística do empreendimento demonstrará a listagem de possíveis fornecedores, definições de controle e recebimento de materiais , suporte das ferramentas de TI, recursos patrimoniais e suas formas de controle. Conterá com a exposição da logística reversa, logística verde, marketing verde e sustentabilidade do restaurante.

Quanto à gestão de serviços, será apresentado a importância do processo de

atendimento ao cliente, o investimento tecnológico em ferramenta de atendimento , bem como os fundamentos da essencialidade do bom relacionamento com o cliente e como o restaurante irá trabalhar quanto esse ponto.

1.3 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.

Sócio 1 Nome: Poliana Ferreira Ramos Endereço: Alameda das Palmeiras, nº 61-Cond.Nossa Fazenda - Cidade: Esmeraldas, Minas Gerais - E-mail: poliana@hotmail.com – Solteira, Administradora, nascida em 26/06/1990. Poliana será a Diretora.

Sócio 2 Nome: Karolina Aganetti, Endereço: Rua Maria das Flores, 178, bairro Santo Agostinho- Cidade:Ribeirão das Neves, Minas Gerais Email:karolina@hotmail.com - Solteira, Administradora, nascida em 25/05/1990. Karolina será Presidente.

Sócio 3 Nome: Wanderlaine Ermelinda, Endereço: Rua Um, 23, bairro Fátima – Cidade: Sabará, Minas Gerais– Email:wanderlaineermelinda@yahoo.com.br - Solteira, Administradora, nascida em 02/08/1986. Wanderlaine será Diretora.

1.4 Dados do Empreendimento

O Empreendimento está localizado na Rua Paraíba, 455, bairro Savassi – Belo Horizonte – MG. Podendo abrir filiais e outras dependências em qualquer parte do território nacional, atribuindo-lhes o capital nominal que julgar necessário ao fim colimado.

1.5 Visão

Ser referência no fornecimento de refeições de elevado grau de satisfação ao cliente até 2018 .

1.6 Missão

Oferecer alimentação nutritiva, apetitosa e de excelente qualidade ao preço justo; dedicando-se às constantes melhorias em seus serviços e produtos.

1.7 Forma Jurídica

O Empreendimento está enquadrado no Simples Nacional mineiro e federal, constituída por três sócios cotistas, com contas de igual valor, com o intuito da exploração comercial na área de alimentos e bebidas.

A Receita Federal do Brasil Classifica as empresas do ramo alimentício pela CNAE, possibilitando a optativa por tributação única de impostos (Simples Nacional), que unifica as cobranças dos impostos federais como PIS, INSS, CSLL, IRPJ, imposto Estadual ICMS, Municipal ISS, que são calculados por meio da tabela de Comercio do Simples Nacional, considerando como calculo base o faturamento bruto nos 12 últimos meses da organizações.

1.8 Enquadramento tributário

O empreendimento se enquadra, em uma empresa optante pelo SIMPLES nacional

1.9 Capital Social

O capital social é de R\$ 300.000,00 (Trezentos mil reais), dividido em três (03) quotas no valor unitário de R\$ 100.000,00 (Cem mil reais), subscrito e integralizado em moeda corrente do país neste ato, distribuído entre os sócios da seguinte forma:

1.10 Fonte de Recursos

O projeto visa contar com a participação de capital de terceiros por meio de possíveis investidores ou empréstimos efetuados por instituições financeiras, como por exemplo, a BNDES que apoiam as micros e pequenas empresas, porém a maior parte desse recurso será fornecida pelos sócios.

2. ANÁLISE DO CENÁRIO / MACRO AMBIENTE

2.1 Identificação de oportunidades de negócios

Foi definido pelos gestores que o empreendimento seria no setor alimentício, mais precisamente um restaurante, levando em consideração o crescimento do setor. Segundo o IBGE o brasileiro gasta 25% da sua renda se alimentando fora do Lar. A ABRASEL Associação de Bares e Restaurantes , estima-se que o setor represente cerca de 2,7% do PIB Brasileiro. Quanto a Associação Brasileira das Industrias da Alimentação (ABIA) informa um crescimento de 14,2% no setor.

A implementação da tecnologia como forma de auxilio nas vendas e no atendimento, será de suma importância para o desenvolvimento do restaurante , bem como no diferencial que se quer apresentar com essa nova proposta de negocio, cuja o objetivo é ter um sistema de atendimento e pagamento on-line para otimizar o tempo do cliente

2.2 Análise do segmento econômico do negócio

A segmentação do negocio será na área alimentícia, precisamente um restaurante para atendimento da classe A na região da Savassi, que possui um índice de demanda maior que a de oferta de serviços que atendam as necessidades dos consumidores locais.

2.3 Indicadores macroeconômicos e relacioná-los ao negócio

Os indicadores macroeconômicos são estatísticas que indicam a atual situação econômica de um estado, em função de uma determinada área econômica. Essas estatística ajudam os gestores a canalizarem esforços e pesquisas para assegurar um negocio que atenda os consumidores sem prejudicar a economia do negocio.

O principal indicador que influencia em nosso negocio é o IPC Índice de Preços ao consumidor que de acordo com o IBGE está em 1,12 ao mês , representa a mudança de níveis de preços de retalho para os bens de consumo básico e esta

ligada diretamente ao poder de compra de uma moeda dentro das suas fronteiras e afeta a sua posição nos mercados internacionais.

As taxas de juros devem ser previamente acompanhadas visto sua importância no movimento dos preços das moedas no mercado de câmbio, bem como que as taxas de juros ditam os fluxos de investimentos.

Aos indicadores de empregos também são muito importantes, para sabermos como está o poder de compra do consumidor, que em setembro de 2013 teve um aumento de 0,1% em relação a agosto do mesmo ano, conforme pesquisas realizadas pela Fundação Getúlio Vargas. Esse indicador afeta diretamente a saúde global de uma economia, ele nos mostra a quantidade de empregos a serem criados, quantidade de trabalhadores em atividade e a declaração de desemprego.

A Política de Governo Fiscal e Monetária é uma das metas que os governos tentam alcançar através de manipulação das políticas fiscais e monetárias. A política fiscal diz respeito aos impostos e despesas e a monetária a aos mercados financeiros e a oferta de crédito e ativos financeiros. Conforme pesquisa Valor o PIB baixou de 3,8% para 2,5% a previsão de aumento do Produto Interno Bruto (PIB) para este ano

2.4 Oportunidades e ameaças do negócio em relação ao macro ambiente

É imprescindível a verificação de ameaças e oportunidades de um negócio, visto que através desses indicadores será possível o desenvolvimento de estratégias para combatê-las.

Segundo Kotler, o Microambiente compreende “as forças sociais maiores que afetam o microambiente” (1993). Para melhor caracterizá-las no negócio abaixo as principais ameaças e oportunidades que podem nos afetar.

Nas Oportunidades, é possível contar com o crescimento contínuo do setor no tratamento do crescimento da alimentação fora do lar. Nos últimos dez anos, os setores ligados à Alimentação Fora do Lar (Food Service) cresceram 292,3%, ante índice de 209% do varejo alimentício tradicional. O crescimento da alimentação preparada fora do lar

creceu a taxas médias de 12% neste período de acordo com as pesquisas realizada pelo site Alimentação Fora do Lar.

A Tecnologia no que tange a expansão do negocio ira ser primordial, para estar cada vez mais próximo do cliente proporcionando comodidade e eficiência no atendimento ao cliente. Com o crescimento do setor a abrangência de fornecedores dará ao negocio melhores oportunidades de preço e barganha do mesmo, tentando ao máximo reduzir custo.

As ameaças são incontroláveis , bem como os imposto e Tributações que de acordo com pesquisas realizadas pela UHY, rede internacional líder em auditoria o governo brasileiro arrecada das empresas em média 33,7% sobre um lucro tributável de US\$ 1 milhão. Em comparação, o governo chinês toma apenas 25% dos lucros corporativos sobre o mesmo valor. A média das economias do G7 é de 32,3%, dos BRICs é de 27,9% e a média global é de 27%.

Os concorrentes também fazem parte das ameaças que podem atingir o negócio, expandido suas atividade e agregando novidades para os clientes.

Quadro 01 – Oportunidades e ameaças

Oportunidades	Ameaças
Crescimento do consumo	Impostos
Novas tecnologias	Concorrentes
Novos fornecedores	Redução da oferta de credito

Fonte: Elaborado pelos autores

2.5 Análise da concorrência

Para a elaboração de um projeto é de suma importância a pesquisa e o conhecimento de seus concorrentes e através de pesquisa de campo verificou-se que os principais concorrentes do nosso negocio são os que seguem: Restaurante Amadeus , Restaurante e Choperia Pinguim Boi Lurdes e Olegário Savassi que oferecem serviços no mesmo ramo.

2.6 Perfil do consumidor

Para definição do perfil do consumidor, foi realizada uma pesquisa qualitativa na região da Savassi, abordando e indagando o que os consumidores buscam em termos de restaurantes e suas principais críticas aos serviços prestados atualmente na região. Assim foi verificado que os consumidores a ser atendido eram de classe A, que gostariam de um serviço mais rápido e eficiente, para que pudessem aproveitar mais o horário do almoço.

70% dos entrevistados gostariam de mais agilidade no pagamento das refeições, bem como a entrega mais rápida dos pratos, os outros 30% gostariam que os pagamentos pudessem ser feitos antecipadamente e o prato previamente encomendado, para agilizar o processo.

2.7 Identificação dos fornecedores em potencial

Viana (2000) destaca a importância da função de compras conceituando a atividade, que significa procurar e providenciar a entrega de materiais, na qualidade especificada e no prazo necessário, a um preço justo, para funcionamento, manutenção ou ampliação da empresa.

Abaixo a identificação dos possíveis fornecedores, entre carnes, bebidas e suprimentos em geral do restaurante: Empresa Meat Co, Empresa Gourmet da Carne, Empresa Porco Feliz , Empresa Ceasa BH, Empresa Ambeve e Casa do Vinho.

3. ASPECTOS LEGAIS

3.1 Ramo de atividades do negócio

A segmentação do negócio será na área alimentícia, precisamente um restaurante para atendimento da classe A na região da Savassi, que possui um índice de demanda maior que a de oferta de serviços que atendam as necessidades dos consumidores locais

3.2 Regime Jurídico e enquadramento tributário

A empresa é caracterizada no aspecto legal como empresa de pequeno porte, com obrigações tributárias regidas pelo SIMPLES mineiro e federal, constituída por cinco sócios cotistas, com igual divisão de cotas, com o objetivo de explorar comercialmente o ramo de alimentos e bebidas. Sendo a empresa devidamente registrada em órgãos federais, estaduais e municipais.

Quadro 02 – Enquadramento tributário

RECEITA BRUTA ANUAL	CLASSIFICAÇÃO
Até R\$ 240.000,00	Microempresa
Acima de R\$240.000,00 até R\$2.400.000,00	Empresa de Pequeno Porte

Fonte: Elaborado pelos autores

3.3 Contrato social

KAROLINA AGANETTI, brasileira solteira, Coordenadora de Equipe, nascida em 25 de Maio de 1990, portadora do RG nº 14789563, expedida por SSP- MG, e do CPF nº 003.963.896.77, residente e domiciliada na Rua Maria das Flores, 178, bairro Santo Agostinho, Ribeirão das Neves, CEP 35556-000 – MG.

POLIANA FERREIRA RAMOS, brasileira, solteira, Administradora, nascida em 31 de Janeiro de 1987, portadora do RG nº 15963852, e do CPF nº 231.562.369.55, SSP- MG, residente e domiciliado na Rua Alfredo Nunes, nº 12, bairro Santo Antônio, Esmeraldas, CEP nº 35200-000 – MG.

WANDERLAINE ERMELINDA, brasileira, solteira, Gerente de loja, nascida em 02 de agosto de 1986, portadora do RG nº 3.963.888, expedida por SSP – MG, e do CPF nº 456.789.123-99, residente e domiciliada na Rua Um,23, bairro Fátima – Sabará, CEP 37889-160 – MG

Os três têm entre si justos e contratado a constituição de uma sociedade empresaria limitada, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes, e nas omissões, pela legislação específica essa forma societária, tendo sido adotado para seu regramento, na ausência deste instrumento e das regras definidas para as sociedades empresárias limitadas, as previstas para as sociedades simples.

Cláusula Primeira

A sociedade reger-se á sob a denominação de **Prato Predileto**, terá a sede na Rua Paraíba, 455, bairro Savassi – Belo Horizonte – MG. Podendo abrir filiais e outras dependências em qualquer parte do território nacional, atribuindo-lhes o capital nominal que julgar necessário ao fim colimado.

Cláusula Segunda

O prazo de duração da sociedade será por tempo indeterminado, tendo como início de suas atividades a data de registro na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais.

Cláusula Terceira

A sociedade terá como atividade principal a prestação de Serviços voltados para o **setor de Restauração e Bebidas**, destinado a proporcionar, mediante remuneração, refeições e bebidas para serem consumidas no próprio estabelecimento ou fora dele.

Cláusula Quarta

O capital social é de R\$ 300.000,00 (Trezentos mil reais), dividido em três (03)

quotas no valor unitário de R\$ 100.000,00 (Cem mil reais), subscrito e integralizado em moeda corrente do país neste ato, distribuído entre os sócios da seguinte forma:

Nome da Empresa – Prato Predileto Restaurante Ltda.

Nome dos Sócios	Porcentagem	Nº de cotas	Valor Unitário	Valor total
Karolina Aganetti	33,33%	100.000	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00
Poliana Ferreira	33,33%	100.000	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00
Wanderlaine	33,33%	100.000	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00
TOTAL	100%	300	R\$ 300.000,00	R\$ 300.000,00

Parágrafo Único.

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, nos termos do artigo 219 do código civil e o artigo 1052 da lei 10.406/2002

Cláusula quinta

A administração da sociedade e o uso da denominação serão exercidos pela sócia. **KAROLINA AGANETTI**. Aos administradores caberá a prática de todo e qualquer ato administrativo, tal como: representação da sociedade ativa, passiva, judicial e extrajudicialmente, perante quaisquer terceiros, tais como: repartições públicas federais, estaduais, municipais, autarquias, o comércio em geral e estabelecimentos bancários.

Parágrafo Primeiro

É obrigatória a assinatura em conjunto dos administradores **KAROLINA AGANETTI** e **POLIANA FERREIR**, quando se tratar da assunção de dívidas, empréstimos e financiamentos para a própria empresa e a aquisição ou alienação de bens móveis e imóveis.

Parágrafo Segundo

Os administradores estão proibidos de firmar atos que envolvam a sociedade em negócios ou operações estranhas aos fins sociais, tais como: fianças, avais, endossos, garantias e outros documentos de mero favor, em benefício próprio ou de terceiros.

Cláusula sexta.

A título de remuneração pró-labore, os administradores fará jus a uma retirada mensal, cuja importância será de R\$ 4.711,80 (Quatro mil setecentos e onze reais e oitenta centavos) para cada um dos sócios.

Cláusula Sétima

Ao término de cada exercício social, em 31 de Dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultados econômicos, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros, prejuízos e ou perdas apurados.

Cláusula Oitava.

Da indivisibilidade e da cessão das quotas (arts. 1.056 e 1.057 do cc) as quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

Cláusula Nona

Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores, e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo

interesse destes dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único

O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. **(Art.1028 e art.1031, CC/2002).**

Cláusula Décima

Os Administradores declaram, sob pena da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade por lei especial ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé, pública, ou a propriedade. **(Art.1.011,1ºCC/2002).**

Cláusula Décima – Primeira

Fica eleito o foro da Comarca da Capital do Estado de Minas Gerais, por mais privilegiados que os outros sejam para serem dirimidas quaisquer dúvidas oriundas do presente contrato.

E assim por estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento em três (3) vias de igual teor e forma e para um só efeito, na presença de duas testemunhas que também assinam.

Belo Horizonte, 28 de Junho de 2016

Karolina Aganetti

Poliana Ferreira

Wanderlaine Ermelinda

3.4 Aspectos legais.

Trata-se de uma sociedade empresária cujo nome empresarial é Karolina, Poliana, e Wanderlaine comércio de alimentos LTDA. Composto pelo nome de cada sócio, seguimento da atividade e o tipo de empresa que nesse caso é uma empresa LIMITADA.

Por se tratar de uma sociedade limitada, todos os sócios têm responsabilidades restritas ao número de contas adquiridas, porém todos podem responder solidariamente pela integralização do capital social, entretanto o patrimônio pessoal dos sócios não ficará exposto.

A sociedade deverá realizar registros no livro obrigatório exigido pela lei, chamado de Livro Diário, já os demais como o livro de caixa, livro de inventário, livro de registro de entrada de mercadorias dentre outros são facultativos.

A empresa teve seu registro feito na Junta Comercial de Belo Horizonte (JUCEMG) de acordo com o Art 1.150 Cc.

O capital social integralizado foi o valor que cada sócio se comprometeu injetar na sociedade constando no contrato social para formação da sociedade. Para a emissão do alvará de localização e funcionamento são necessários alguns documentos, como por exemplo:

Inscrição na prefeitura com apresentação do contrato social, contrato de locação ou escritura de propriedade do imóvel, pesquisa da área quanto à permissividade deste tipo de atividade, RG e CPF do proprietário para receber o número do CGC (Cadastro Geral do Contribuinte). emitido pela secretária da receita federal, registro

na junta comercial e secretaria da fazenda estadual para o recebimento do numero de inscrição estadual, a secretaria de saúde expede o alvará sanitário e a caderneta de controle, após vistoria e inspeção ao local. As vistorias do corpo de bombeiros e coordenadoria de higiene da secretaria da saúde são realizadas periodicamente ou, às vezes, em forma de "blitz", a sociedade não tem data de término, porém a data de inicio será validada a partir da assinatura do contrato pelos componentes deste e registro no órgão público responsável.

A empresa atuará no ramo alimentício de restaurante a fim de lucrar com a atividade exercida. O capital social para abertura do empreendimento somando em R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), dividido igualmente para todos os presentes neste, sendo dividido também o número de cotas para todos igualmente com as suas respectivas participações.

O responsável pela administração foi escolhido por meio de votação, sendo assim Karolina Aganetti administradora do empreendimento como representações entre outros serviços necessários. É obrigatória a assinatura em conjunto dos sócios; para qualquer evento que possa alterar o patrimônio da empresa financeiramente ou em assinaturas de contratos como empréstimos, financiamentos, abertura de contas e etc.

Os administradores não podem usar o nome da empresa ou ações em benefício próprio. Cada sócio receberá um valor mensal de R\$ 4711,80 (quatro mil setecentos e onze reais e oitenta centavos) simbolicamente considerado salário.

Ao término de cada ano comercial, deverá ser feito uma prestação de contas e esclarecidas para todos os sócios. Em caso de falecimento de algum, a sociedade continuará normalmente e prestará contas ao sucessor.

3.4.1 CNAE 2.0

O empreendimento se enquadra na seção I (Alojamento e Alimentação), Grupo 561 (Restaurantes e outros serviços de alimentação e bebidas) , sendo definido como

um serviço que tem como características o preparo das refeições para consumo imediato, com ou sem serviço completo, a preparação de alimentos por encomenda e a preparação de bebidas para consumo imediato.

É uma (EPP – empresa de pequeno porte que se enquadra dentro do Simples Nacional, e já estão inclusos alguns impostos como, por exemplo: PIS, COFINS, CSSL, ISS, ICMS, contribuição sindical, FGTS, imposto municipal, entre outros de acordo com o faturamento.

O registro é feito na Junta Comercial de Minas Gerais (JUCEMG) de acordo com o Art 1150 do CC

3.5 Análise da relação consumerista

Foram realizadas pesquisas baseadas no mercado mineiro de alimentação que revelou:

Segundo dado do IBGE em 2010 que a população mineira hoje faz parte da quinta cidade mais rica do Brasil, com um mercado prospera para o ramo alimentício. E a escolha da região se deu pelo fato de haver uma grande concentração de bares, botequins, restaurantes, grandes padarias e grandes empresas localizadas no entorno. Levando também em consideração a população que habita a região que é classificada como A e B. Podemos dizer que estamos em um local privilegiado onde o metro quadrado para se viver é um dos mais caros de Belo Horizonte.

Devido à sofisticação do empreendimento, pesquisamos, foi analisado e ficou decidido que o mercado está favorável e soprando para o crescimento são setor alimentício que hoje o importante é a qualidade de vida, alimentação, valorização do ambiente e a segurança oferecida. Porque onde estaremos localizados as rondas policiais são feitas constantemente como foi informado pela PM juntamente com empresas de segurança que atuam na região, com isso aumentam a segurança e diminuem os riscos por existir freqüente movimento de pessoas.

Belo Horizonte é o município está entre os sete municípios com melhor infraestrutura do país, recebe vôos nacionais e internacionais através do Aeroporto de

confins e nacionais e regionais através do Aeroporto da Pampulha. Como um diversificado setor de comércio e da prestação de serviço e contando com uma desenvolvida rede de hotéis, restaurante e agências bancárias, é hoje um dos principais pólos de turismo de negócios do país.

3.6 Riscos ambientais.

Segundo Vittielo, 2003, as condições ambientais em um setor de alimentação coletiva envolvem condições de ruído, vapores, bem como espaço físico e concepção de materiais e temperatura, ventilação, umidade, iluminação, presença de gases e equipamentos.

Apesar das condições de trabalho e riscos identificados em uma cozinha industrial como exposição ao calor excessivo, entrada na câmara fria, riscos biológicos etc, é possível adotar medidas a fim de adequar e melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores, com instalações que atendem as exigências legais em relação às condições sanitárias.

Será feito uma seleção dos materiais de acabamento adequada na cozinha do restaurante para contribuir no conforto e segurança dos funcionários e, além disso, facilitar o controle higiênico sanitário dos mesmos.

As atividades serão planejadas de acordo com as normas do estabelecimento será feito um cardápio diário das refeições, treinamento para os funcionários de cada setor, manutenção regular das máquinas para reduzir ruídos, controle de pragas etc.

Os processos de melhorias serão contínuos para atender o cliente de forma satisfatória, e trazendo benefício para a empresa.

4. ESTRUTURA GERENCIAL

4.1 Definição do Plano de contas

- 1 Ativo
 - 1.1 Ativo Circulante
 - 1.1.1 Disponível
 - 1.1.1.01 Caixa
 - 1.1.1.01.01 Caixa Geral
 - 1.1.1.02 Banco Conta Movimento
 - 1.1.1.02.01 Caixa Econômica Federal
 - 1.1.1.02.02 Banco Do Brasil
 - 1.1.1.03 Aplicações Financeiras De Liquidez Imediata
 - 1.1.2 Clientes
 - 1.1.2.01 Créditos Vencidos E Não Liquidados
 - 1.1.3 Outros Créditos
 - 1.1.3.01 Banco Conta Vinculado
 - 1.1.3.02 Títulos A Receber
 - 1.1.3.03 Cheques Em Cobrança
 - 1.1.3.04 Dividendos A Receber
 - 1.1.3.05 Adiantamentos A Fornecedores
 - 1.1.3.06 Adiantamento A Empregados
 - 1.1.3.06.01 Adiantamento De Salários
 - 1.1.3.06.02 Adiantamento De 13º Salário
 - 1.1.3.06.03 Adiantamento De Férias
 - 1.1.3.07 Empréstimo A Empregados
 - 1.1.3.08 Juros Sobre Capital Próprio
 - 1.1.3.08.01 Juros Sobre Capital Próprio À Receber
 - 1.1.4 Aplicações Financeiras
 - 1.1.4.01 Aplicações Financeiras Rendimentos Pré Fixados
 - 1.1.4.01.01 Aplicações Banco Do Brasil
 - 1.1.5 Estoque
 - 1.1.5.01 Mercadorias, Produtos E Insumos
 - 1.1.5.01.01 Mercadoria Para Revenda
 - 1.1.5.01.02 Matéria Prima

- 1.1.6 Despesas Pagas Antecipadamente
- 1.2 Ativo Não Circulante
 - 1.2.1 Ativo Realizável A Longo Prazo
 - 1.2.01 Duplicatas A Receber
 - 1.2.01.01 Clientes Diversos
 - 1.2.2 Créditos Diversos
 - 1.2.2.01 Títulos A Receber
 - 1.2.2.02 Empréstimos A Receber
 - 1.2.2.03 Sócio, Administradores E Pessoas Ligadas
 - 1.2.2.04 Aplicações Financeiras
- 1.3 Ativo Permanente
 - 1.3.1 Imobilizados
 - 1.3.1.01.01 Terrenos
 - 1.3.1.01.02 Móveis
 - 1.3.1.01.03 Edifícios
 - 1.3.1.02 Móveis E Utensílios
 - 1.3.1.02.01 Móveis E Utensílios
 - 1.3.1.03 Máquinas, Equipamentos E Ferramentas
 - 1.3.1.03.01 Máquinas, Equipamentos E Ferramentas
 - 1.3.1.04 Marcas, Direito E Patentes
 - 1.3.1.05 (-) Depreciações, Amortizações E Exaustão
 - 1.3.1.05.01 (-) Depreciações De Móveis E Utensílios
 - 1.3.1.06.02 (-) Depreciações De Máquinas E Equipamentos
 - 1.3.1.06.03 (-) Exaustões, Depreciações De Recursos Naturais.
 - 1.3.1.06.04 (-) Amortização De Marcas E Direito De Patentes
 - 1.3.2 Intangível
 - 1.3.2.01.01 Licenças
 - 1.3.2.01.02 Propriedade Intelectual
 - 1.3.2.01.03 Nome Comercial
 - 1.3.2.01.04 Imagem
 - 1.3.2.01.05 Carteira De Clientes
 - 1.3.2.01.06 Franquia
 - 1.3.2.01.07 Direito De Uso De Software
 - 1.3.2.02 Gastos Com Pesquisa E Desenvolvimento

- 1.3.2.02.01 Gastos Gerais
- 1.3.2.02.02 Financeiros
- 1.3.2.03 Gastos De Implementação De Novos Sistemas
- 1.3.2.03.01 Gastos Gerais
- 1.3.2.03.02 Financeiros
- 1.3.2.04 (-) Amortizações Acumuladas
- 1.3.2.04.01 (-) Amortização De Gastos Pré Operacionais
- 1.3.2.04.02 (-) Amortização De Gastos Pesquisa E Desenvolvimento
- 1.3.2.04.03 (-) Amortização De Gastos No Sistema
- 2 Passivo
- 2.1 Passivo Circulante
- 2.1.1 Empréstimos E Financiamentos
- 2.1.1.01 Empréstimos
- 2.1.1.02 Financiamentos
- 2.1.1.03 Títulos A Pagar
- 2.1.2 Fornecedores
- 2.1.2.02.01 Spal Indústria E Comércio Ltda
- 2.1.2.02.02 Ambev
- 2.1.2.02.03 Decisão Atacadista
- 2.1.2.02.04 Villefort Atacadista
- 2.1.2.02.05 Mercado Central
- 2.1.3 Obrigações Tributárias
- 2.1.3.01 Impostos E Contribuições A Recolher
- 2.1.3.01.01 Iss Retido A Recolher
- 2.1.3.01.02 Inss Retido A Recolher
- 2.1.3.01.03 Simples A Recolher
- 2.1.3.01.04 Substituição Tributária A Recolher
- 2.1.3.01.05 Contribuição Sindical A Recolher
- 2.1.3.01.06 Irrf Sobre Férias A Recolher
- 2.1.3.01.07 Irrf Sobre Alugueis A Recolher
- 2.1.3.01.08 Irrf Sobre Autônomos A Recolher
- 2.1.4 Obrigações Trabalhistas E Previdenciárias
- 2.1.4.01 Obrigações Com O Pessoal
- 2.1.4.01.01 Salários E Ordenados A Pagar

- 22.1.4.01.02 Pró-Labore A Pagar
- 2.1.4.01.03 Gratificações A Pagar
- 2.1.4.01.04 Férias A Pagar
- 2.1.4.01.05 Rescisões
- 2.1.4.01.06 13º Salário
- 2.1.4.01.07 Pensão Alimentícia
- 2.1.4.01.08 Autônomos A Pagar
- 2.1.4.02 Obrigações Previdenciárias
- 2.1.4.02.01 Inss A Recolher
- 2.1.4.02.02 Fgts A Recolher
- 2.1.4.03 Provisões
- 2.1.4.03.01 Provisões Para Férias
- 2.1.4.03.02 Provisões Para 13º Salário
- 2.1.4.03.03 Inss Sobre Provisões Para Férias
- 2.1.4.03.04 Inss Sobre Provisões Para 13º Salário
- 2.1.4.03.05 Fgts Sobre Provisões Para Férias
- 2.1.4.03.06 Fgts Sobre Provisões Para 13º Salário
- 2.1.5 Outras Obrigações
- 2.1.5.01 Adiantamento A Clientes
- 2.1.5.02 Contas A Pagar
- 2.1.5.03 Energia Elétrica, Água E Telefone A Pagar
- 2.1.5.04 Contas Correntes
- 2.1.5.05 Seguros
- 2.1.5.06 Outras Obrigações
- 2.1.6 Dividendos, Participação E Juro Sobre O Capital
- 2.1.6.01 Dividendos
- 2.1.6.01.01 Dividendos Propostos
- 2.1.6.01.02 Dividendos A Pagar
- 2.1.6.02 Participações
- 2.1.6.02.01 Participações Propostas A Administradores
- 2.1.6.02.02 Participações Propostas A Empregados
- 2.1.6.02.03 Participações A Pagar
- 2.1.6.03 Juros Sobre O Capital Próprio
- 2.1.6.03.01 Juros Sobre O Capital Próprio A Pagar

- 2.2 Passivo Não-Circulante
 - 2.2.1 Passível Exigível A Longo Prazo
 - 2.2.1.01 Empréstimos
 - 2.2.1.02 Financiamentos
 - 2.2.2 Fornecedores
 - 2.2.2.01 Fornecedores
 - 2.2.2.01.01 Fornecedor A
 - 2.2.2.01.02 Fornecedor B
 - 2.2.3 Obrigações Tributárias
 - 2.2.3.01 Impostos E Contribuições A Recolher
 - 2.2.3.01.01 Provisões Para Ir Sobre Lucros Diferidos
 - 282.2.4 Outras Obrigações
 - 2.2.4.01 Contas A Pagar
- 2.3 Resultado De Exercícios Futuros
 - 2.3.1 Resultado Operacional
 - 2.3.1.01 Receita De Exercícios Futuros
 - 2.3.1.02 Custos E Despesas Vinculadas A Receita
- 2.4 Patrimônio Líquido
 - 2.4.1 Capital Social
 - 2.4.1.01 Capital Subscrito
 - 2.4.1.01.01 Karolina Aganetti
 - 2.4.1.01.02 Poliana Ferreira
 - 2.4.1.01.03 Wanderlaine Ermelinda
 - 2.4.1.02 (-) Capital A Integralizar
 - 2.4.1.02.01 Capital A Integralizar
 - 2.4.2 Reservas
 - 2.4.2.01 Reservas De Capital
 - 2.4.2.01.01 Correção Monetária Do Capital Integralizado
 - 2.4.2.01.02 (-) Quotas Em Tesouraria
 - 2.4.2.02 Reservas De Lucro
 - 2.4.2.02.01 Reserva Legal
 - 2.4.2.02.02 Reserva Estatutária
 - 2.4.2.02.03 Reserva Para Contingências
 - 2.4.2.02.04 Reserva De Lucros A Realizar

- 2.4.2.02.05 Reserva Especial
- 2.4.2.02.06 (-) Quotas Em Tesouraria
- 2.4.3 Lucros Ou Prejuízos Acumulados
- 2.4.3.01 Lucros Ou Prejuízos Acumulados
- 2.4.3.01.01 Lucros Acumulados
- 2.4.3.01.02 (-)Prejuízos Acumulados
- 2.4.3.01.03 Lucro Distribuído
- 3 Contas De Resultados - Custos E Despesas
- 3.1.1 Custos Diretos De Produção
- 3.1.1.01 Material Aplicado
- 3.1.1.01.01 Matéria-Prima
- 3.1.1.02 Mão-De-Obra Direta
- 3.1.1.02.01 Salários E Ordenados
- 3.1.1.02.02 Pró-Labore
- 3.1.1.02.03 Prêmios E Gratificações
- 3.1.1.02.04 13º Salário
- 3.1.1.02.05 Férias
- 3.1.1.02.06 Inss
- 3.1.1.02.07 Fgts
- 3.1.1.02.08 Indenizações E Aviso Prévio
- 3.1.1.02.09 Assistência Médica E Social
- 3.1.2custos Indiretos De Produção
- 3.1.2.01 Mão-De-Obra Indireta
- 293.1.2.02 Materiais De Consumo Indireto
- 3.1.2.03 Materiais De Manutenção E Reparo
- 3.1.2.04 Utilidades E Serviços
- 3.1.2.05 Alugueis E Arrendamentos
- 3.1.2.06 Depreciações, Amortizações E Exaustões.
- 3.1.2.06.01 Depreciação
- 3.1.3 Custos Diretos Da Produção De Serviços
- 3.1.3.01 Mão-De-Obra Direta
- 3.2 Despesas Operacionais
- 3.2.1 Despesas Com Vendas
- 3.2.1.01 Despesas Com Pessoal

- 3.2.1.01.01 Salários E Ordenados
- 3.2.1.01.02 Pró-Labore
- 3.2.1.01.03 Prêmios E Gratificações
- 3.2.1.01.04 13º Salário
- 3.2.1.01.05 Férias
- 3.2.1.01.06 Inss
- 3.2.1.01.07 Fgts
- 3.2.1.01.08 Indenizações E Aviso Prévio
- 3.2.1.01.09 Assistência Médica E Social
- 3.2.1.01.10 Vale Transporte
- 3.2.1.02 Comissões Sobre Vendas
- 3.2.1.02.01 Comissões
- 3.2.1.03 Propaganda E Publicidade
- 3.2.1.03.01 Brindes E Amostras Grátis
- 3.2.1.03.02 Serviços Tomados - Propaganda E Publicidade
- 3.2.1.04 Despesas Com Entrega
- 3.2.1.04.01 Fretes E Carretos
- 3.2.1.04.02 Manutenção De Veículos
- 3.2.1.05 Despesas Gerais
- 3.2.1.05.01 Aluguéis E Condomínio
- 3.2.1.05.02 Manutenção E Reparo
- 3.2.1.05.03 Telefone, Internet, Tv A Cabo.
- 3.2.1.05.04 Despesas Postais E Telegráficas
- 3.2.1.05.05 Depreciações E Amortizações
- 3.2.1.05.06 Serviços Prestados Por Terceiros
- 3.2.1.05.07 Seguros
- 3.2.1.05.08 Energia Elétrica
- 3.2.1.05.09 Água E Esgoto
- 3.2.1.05.10 Xerox/Reproduções
- 3.2.1.05.11 Cartórios
- 3.2.1.05.12 Correios/Postagens
- 3.2.1.05.13 Assinaturas Jornais, Revistas E Periódicos.
- 3.2.2 Despesas Administrativas
- 303.2.2.01 Despesas Com Pessoal

- 3.2.2.01.01 Salários E Ordenados
- 3.2.2.01.02 Pró-Labore
- 3.2.2.01.03 Prêmios E Gratificações
- 3.2.2.01.04 13º Salário
- 3.2.2.01.05 Férias
- 3.2.2.01.06 Inss
- 3.2.2.01.07 Fgts
- 3.2.2.01.08 Indenizações E Aviso Prévio
- 3.2.2.01.09 Assistência Médica E Social
- 3.2.2.01.10 Vale Transporte
- 3.2.2.01.11 Autônomos
- 3.2.2.01.12 Contribuição Sindical Patronal
- 3.2.2.02 Impostos, Taxas E Contribuições.
- 3.2.2.02.01 IPTU
- 3.2.2.02.02 IPVA
- 3.2.2.02.03 Taxas De Licença
- 3.2.2.02.04 Multas De Mora
- 3.2.2.02.05 Taxa De Expedição
- 3.2.2.02.06 IOF
- 3.2.2.03 Despesas Gerais
- 3.2.2.03.01 Energia Elétrica
- 3.2.2.03.02 Água E Esgoto
- 3.2.2.03.03 Telefone
- 3.2.2.03.04 Despesas Postais E Telegráficas
- 3.2.2.03.05 Seguros
- 3.2.2.03.06 Material De Consumo
- 3.2.2.03.07 Material De Limpeza/Higiene
- 3.2.2.03.08 Assistência Contábil
- 3.2.2.03.09 Serviços Prestados Por Terceiros
- 3.2.2.03.10 Depreciações E Amortizações
- 3.2.2.03.11 Reproduções
- 3.2.2.03.12 Despesas Legais E Judiciais
- 3.2.2.03.13 Livros, Jornais E Revistas.
- 3.2.2.03.14 Multa De Transito

- 3.2.2.03.15 Multa Atraso/Mora
- 3.2.2.04 Despesas Financeiras
 - 3.2.2.04.01 Juros Passivos
 - 3.2.2.04.02 Variações Monetárias Passivas
 - 3.2.2.04.03 Variações Cambiais Passivas
 - 3.2.2.04.04 Desconto Concedido
 - 3.2.2.04.05 Juros De Mora
 - 3.2.2.04.06 Juros Sobre Capital Próprio
 - 3.2.2.04.07 Juros E Comissões Bancárias
 - 3.2.2.04.08 Juros Sobre Empréstimos E Financiamentos
 - 313.2.2.04.9 Tarifas Bancárias
- 3.2.2.05 Outras Despesas Operacionais
 - 3.2.2.05.01 Provisões Para Perdas E Ajustes De Ativos
 - 3.2.2.05.02 Equivalência Patrimonial
- 4 Contas De Resultado - Receita
 - 4.1 Receitas Operacionais
 - 4.1.1 Receita Bruta De Vendas E Serviços
 - 4.1.1.01 Receita Bruta De Vendas E Mercadorias
 - 4.1.1.01.01 Venda De Produtos
 - 4.1.1.01.02 Venda De Mercadorias
 - 4.1.2 (-) Deduções Da Receita Bruta
 - 4.1.2.01 (-) Cancelamentos E Devoluções
 - 4.1.2.01.01 (-) Devoluções De Venda De Produtos
 - 4.1.2.01.02 (-) Devoluções De Venda De Mercadorias
 - 4.1.2.02 (-) Descontos Incondicionais
 - 4.1.2.02.01 (-) Devoluções De Venda De Produtos
 - 4.1.2.02.02 (-) Devoluções De Venda De Mercadorias
 - 4.1.2.03 (-) Impostos Sobre Vendas E Serviços
 - 4.1.2.03.01 (-) Simples
 - 4.1.2.03.02 (-) Substituição Tributária
 - 4.1.2.04 (-) Custos De Vendas E Serviços
 - 4.1.2.04.01 (-) Custos Das Mercadorias Vendidas
 - 4.1.3 Receitas Financeiras
 - 4.1.3.01 Juros E Descontos

- 4.1.3.01.01 Juros De Aplicações
- 4.1.3.01.02 Juros Ativos (Outros)
- 4.1.3.01.03 Descontos Financeiros Obtidos
- 4.1.3.01.04 Juros Sobre O Capital Próprio
- 4.1.3.01.05 Multa
- 4.1.3.02 Variações Monetárias
- 4.1.3.02.01 Variações Monetárias Ativas
- 4.1.3.02.02 Variações Cambiais Ativas
- 4.1.4 Recuperação De Despesas
- 4.1.4.01 Recuperação De Créditos Considerados Incobráveis
- 4.1.4.02 Reversão De Provisões
- 4.1.5 Outras Receitas Operacionais
- 4.1.5.01 Receitas Diversas
- 4.1.5.01.01 Vendas Acessórias
- 4.1.5.01.02 Dividendos E Lucros Recebidos
- 5 Contas De Apuração
- 5.1 Custos Dos Produtos E Serviços Vendidos
- 5.1.1 Custos Dos Produtos Vendidos
- 5.1.1.01 Custos Dos Produtos Vendidos
- 5.1.1.01.01 Custos Dos Produtos Vendidos
- 5.1.2 Custos Das Mercadorias Vendidas
- 5.1.2.01 Custos Das Mercadorias Vendidas
- 325.1.2.01.1 Custos Das Mercadorias Vendidas
- 5.1.3 Apuração Do Resultado Do Exercício
- 5.1.3.01 Apuração Do Resultado Do Exercício
- 5.1.3.01.01 Resultado Do Exercício

5. ANÁLISE DO MICRO AMBIENTE

O Microambiente está relacionado às forças próximas ao negócio que podem influir de forma positiva ou negativa na organização, tais como fornecedores e clientes.

5.1 Demanda relacionada ao negócio; substituição e complementaridade

O Empreendimento em questão trabalhará a demanda latente que de acordo com Kotler ocorre quando muitos consumidores têm necessidade por uma mesma demanda, mas ainda não foi desenvolvido nenhum produto que satisfaça plenamente esses clientes.

Dessa forma o restaurante implementará o sistema de auto-atendimento ao cliente, fator ainda não trabalhado pelos concorrentes da região.

5.2 Curvas de possibilidades de produção e linhas de possibilidade de consumo e o custo de oportunidade

A Curva de Possibilidade de Produção representa a quantidade máxima de produto que uma determinada economia pode atingir levando em consideração economia, tecnologia e recursos naturais.

Dessa forma pode-se decidir em usar os recursos para produzir um único produto, ou dividir os recursos e produzir dois produtos, dentre outras possibilidades.

Visando o custo de oportunidade será oferecido de forma eficiente produtos e serviços, agregando qualidade e modernidade de recursos a serem usados para esse fim.

Será implementado um sistema de vendas online onde o cliente poderá, fazer o pedido, efetuar o pagamento, além de escolher o horário e a mesa que será servido. Dessa forma o cliente economiza tempo, e a empresa pode usar seus recursos de forma mais focada.

5.3 Sensibilidade de preço do produto / Serviço.

Uma organização para ser introduzida no mercado geralmente utiliza recursos que chamam a atenção do público, e um desses recursos é o preço.

Segundo Philip Kotler, as estratégias que compõem o Mix de Preços são baseadas na qualidade do produto e nas formas de condições de pagamento.

O restaurante irá contar com o preço médio, baseado nos preços e vendas dos concorrentes, tendo assim um valor abaixo do que é comercializado, porém sem perdas em seus lucros, recuperando em 11 meses o investimento feito.

5.4 Estruturas de mercado

Segundo Kotler 2000, Posicionamento de Mercado é “a ação de projetar o produto e a imagem da organização, com o fim de ocupar uma posição diferenciada na escolha de seu público-alvo.”

Já Nogami e Passos, (pág. 355) resume o mercado em 4 posições sendo elas :
Concorrência perfeita : Mercado onde vendedores e compradores são tão que não é possível a influenciar os preços de forma individual. Monopólio: Local que só uma empresa vende determinado produto não tendo produtos substitutivos próximos.
Concorrência monopolística: Existência de várias empresas com venda de produtos diversificados, que são substitutos próximos entre eles. Oligopólio: São pequenos grupos de empresas que produzem bens substitutivos entre si e praticam preços bem similares.

A Empresa em questão está estruturada está caracterizada pela concorrência monopolista, visto que tem seus concorrentes tem a mesma produção e oferecem os mesmos serviços e produtos, porém o que vai diversificar é a estrutura de atendimento e pratos a serem servidos.

5.5 Consumidores, produtores e eficiência de mercado

Para todo negócio é preciso ter um equilíbrio no mercado no que tange ao bem estar do consumidor, que reflete diretamente no ele está disposto a pagar bem como o que o mercado tem a oferecer quanto produtos escassos. Dessa forma o equilíbrio deve manter o bem estar de compradores e vendedores.

Excedente do consumidor é o valor que ele está disposto a pagar por um determinado produto ou serviço. Já o excedente do produtor é o valor recebido pela venda menos o custo de produção.

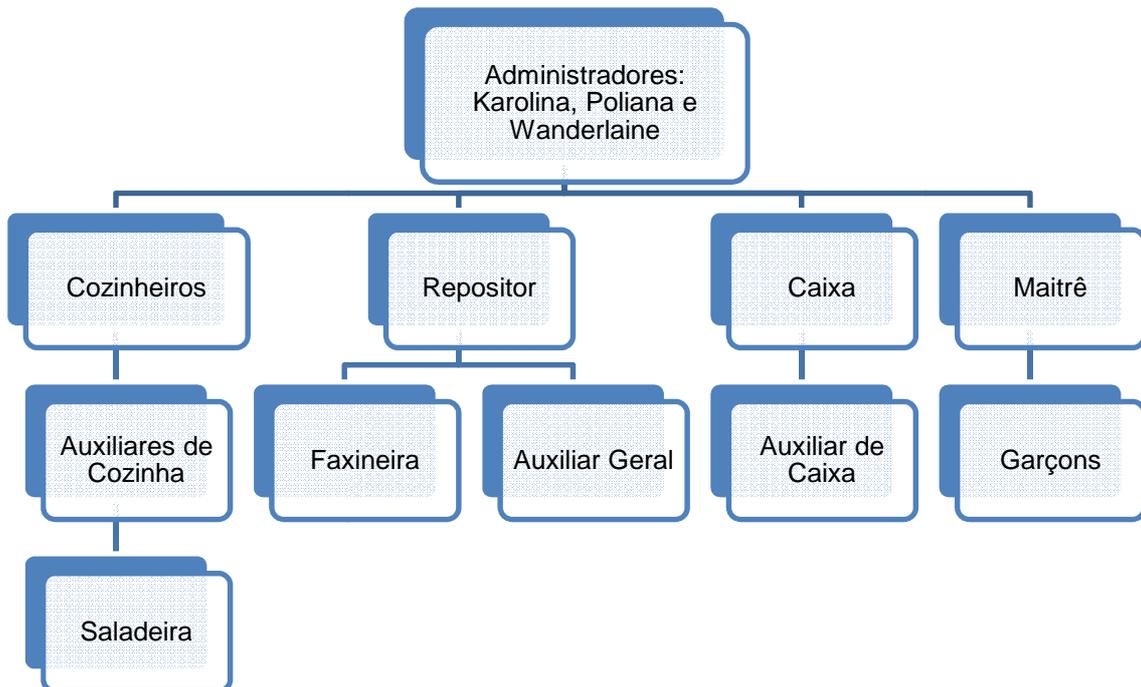
O Restaurante proporcionará preços que sejam acessíveis ao público alvo, oferecendo produtos e serviços de qualidade, obtendo o retorno desejado, visto que o planejamento está voltado, para a comodidade do cliente com um retorno rápido desse conforto em forma financeira, de modo que todos ganham.

6. ESTRUTURA OPERACIONAL

6.1 Estrutura organizacional do negócio

A descrição da estrutura organizacional é de suma importância para demonstrar claramente o resultado final dos processos, por meio da qual a autoridade é distribuída entre os participantes da estrutura, desde a alta administração, formada pelos administradores, até os níveis mais baixos, destacando a relação entre chefia e subordinados, definindo cargos e suas responsabilidades, divisão do trabalho e especialização. A fim de representar graficamente a estrutura hierárquica do empreendimento, foi desenvolvido o Organograma Funcional, conforme ilustrado a seguir.

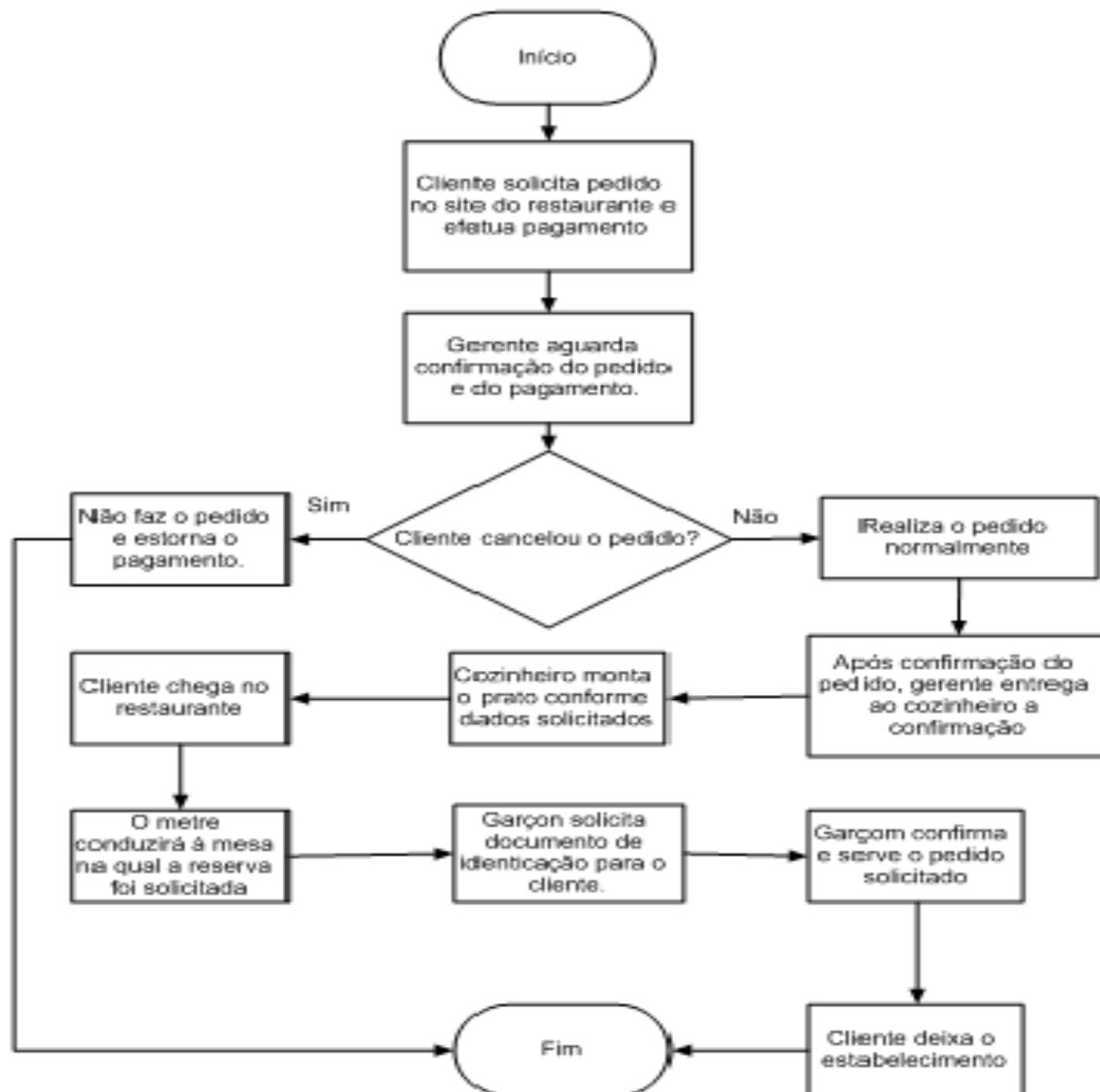
Figura 01: Organograma



Fonte: Elaborado pelos autores

6.2 Processos internos e representação por fluxograma

Figura 2: Fluxograma



Fonte: Elaborado pelos autores

6.3 Missão

Oferecer alimentação nutritiva, apetitosa e de excelente qualidade ao preço justo; dedicando-se às constantes melhorias em seus serviços e produtos.

6.3.1 Visão

Ser referência no fornecimento de refeições de elevado grau de satisfação ao cliente até 2018 .

6.3.2 Valores

Transparência, Pro atividade, atendimento diferenciado, foco na satisfação do cliente, time vencedor.

6.3.3 Políticas do negócio (cultura)

O restaurante Prato Predileto tem como política de trabalho oferecer um ambiente de classe com atendimento rápido e eficiente. Focando na sustentabilidade ambiental, adotando meios de reaproveitamento de matérias primas e descartáveis .

A cultura de nossa empresa está dotada para valores éticos, morais e sustentáveis nas quais trabalhamos para oferecer uma alimentação de qualidade, um ambiente tranquilo e aconchegante. Ex: Consumo Verde: é aquele em que o restaurante, além de buscar melhor qualidade e preço, inclui em seu poder de escolha, a variável ambiental, dando preferência a produtos e serviços que não agridam o meio ambiente, tanto na produção, quanto na distribuição, no consumo e no descarte final.

Visando constantemente policiar em melhorias contínuas e métodos aplicados na organização.

6.4 Modelo de liderança aplicado ao negócio

O modelo de liderança do empreendimento adotará o tipo de gestão participativa, para que assim possamos criar um ambiente onde as decisões são compartilhadas, ou seja, além do líder os funcionários também são ouvidos podendo assim expor suas opiniões, sugestões e conhecimentos do dia a dia das atividades.

Com esse modelo a alta direção verifica e analisa a viabilidade das informações coletadas e toma suas decisões em conduzir, ensinar, delegar e acompanhar os procedimentos adotados.

6.5 Programas de QVT

Para a melhoria na qualidade de vida e estimular funcionários e gestores, três vezes por semana será feito a ginástica laboral que de acordo com o artigo da Confef-agosto de 2004, proporciona ao funcionário e gestores uma melhor utilização de sua capacidade funcional.

A ginástica além de obter melhorias de caráter físico também proporciona e estimula o trabalho em equipe, aproximando as pessoas de maneira saudável.

Criar opções para o alívio do stress por meio de acompanhamento profissional, estímulos a programas de viagens ou retiros durante as férias dos empregados, estimular a qualificação constante dos empregados, criar programas e mini-cursos que melhorem a qualificação profissional, buscar parcerias com órgãos governamentais com intuito de redução de carga tributária, para investimento nas questões sociais, distribuição de lucros e preservação de ambientes.

6.6 Modelo motivacional

Para motivar os funcionários à empresa optará por reunião uma vez por semana para dar espaço aos funcionários expor suas ideias, sugestões e críticas assim otimizando o processo, tornando-o mais eficaz. Os gestores farão a análise da viabilidade para atender as solicitações.

Além de exposição do funcionário do mês no quadro de aviso, premiar baseado no comportamento do profissional durante um período determinado, de maneira que todos possam concorrer, por exemplo, avaliar itens, como: Disciplina, pro atividade, relacionamento Interpessoal, entusiasmo, resultados positivos (dentro das metas individuais). Trimestralmente quem mais se destacar, ganhará uma noite de jantar com respectivo acompanhante.

Com os seguintes critérios para avaliação: Ótimo atendimento a um cliente que fez um elogio, assiduidade/pontualidade, capacidade de resolver conflitos, tomada de decisão, etc.

Os aniversariantes do mês ganharam ingressos de cinema no dia do seu aniversário e podem sair mais cedo (a combinar). Além disso, em todos os meses o restaurante Prato Predileto promoverá uma festa para os aniversariantes do período.

6.7 Programa de responsabilidade social

Reaproveitamento do óleo de cozinha: será feito contrato com uma empresa terceirizada de produção de material de limpeza, onde vamos fornecer todo o óleo usado para a produção de sabão. A empresa colaboradora irá retornar á nossa organização com produtos fabricados.

Utilização de telhas de vidro para clareamento interno, substituindo a energia elétrica.

Reaproveitamento da água dos lavatórios dos banheiros para a eliminação de odores, dos vasos e mictórios para o mesmo sempre permanecerem limpos. Doação de alimentos não perecíveis para instituições carentes. (creches, asilos, etc.)

7. PLANO MERCADOLÓGICO

7.1 Público-alvo.

Praça: Para definir o público alvo foi feito pesquisas de mercado quanto á localização do empreendimento, onde foi escolhida a região centro sul de Belo Horizonte, no bairro Savassi que apresentava uma carência de oferta de restaurantes para a classe A. Através dos estudos realizados foi possível verificar as probabilidades e necessidades operacionais da região, dos clientes e as características dos concorrentes.

Além de estar próximo a grandes edifícios comerciais e residências, escolas, faculdades e empresas, e se o mesmo é propicio ao acesso do público e facilidade de carga e descarga de mercadorias.

7.2 Principais produtos e serviços

O prato predileto introduzirá de forma intrínseca no consciente e no sub consciente dos seus clientes em potencial a imagem de um restaurante clássico, confortável, e que atenderá todas as suas necessidades e desejos quanto a culinária oferecida.

7.3 Estratégia de preço

Para a elaboração dos preços dos produtos a serem oferecidos foram realizadas pesquisas e análises de mercado dos concorrentes no entorno de onde será o empreendimento, sendo possível a definição do valor monetário que será atrativo e que ira sanar os desejos e necessidades dos clientes da região.

7.4 Estratégia de comunicação e promoção.

Será desenvolvido um plano estratégico para a apresentação dos produtos e serviços com foco na imagem e na qualidade do restaurante, evidenciando o diferencial que será comercializado. Para tanto será investido em divulgação expostos na web, distribuição de folders, divulgação por e-mail das promoções

relâmpagos e novidades gastronômicas que aguçara o paladar e os desejos dos consumidores, quanto a novas iguarias.

7.5 Estratégia de distribuição e venda

A comercialização será realizada no próprio local do empreendimento e por meio de vendas online disposto no site do restaurante, apresentando imagens dos produtos oferecidos, as promoções, o conforto e comodidade em que o cliente poderá ser atingido sentindo-se único e exclusivo.

7.6 Programa de vendas

A Programação de vendas será por meio de parcerias firmadas com empresas , faculdades e escolas no entorno do empreendimento, proporcionando um espaço tranquilo e clássico, para realização de reuniões, Coffee Break, comemorações, com alto requinte e qualidade, bem como de acordo com a demanda hora estipulada por meio de pesquisas na região.

Para melhor alcançar os valores operacionais do estabelecimento, será disponibilizado cartão fidelidade e uma programação estratégica de promoções, possibilitando ao cliente que levar dois acompanhantes um desconto em sua conta total e promoções de pratos .

7.7 Previsão de demanda/ vendas

Para a previsão de demanda e vendas foram realizadas pesquisas com os concorrentes: Restaurantes e Pizzaria Olegário Savassi, Restaurante Boi Lourdes, Amadeus Bar e restaurante, Restaurante e choperia Pinguim, onde foram coletados dados sobre a quantidade de produtos e seus respectivos valores.

Após a verificação desses dados, foi possível realizar análise para a projeção da demanda e vendas, além de colaborar para a elaboração do fluxo de caixa.

8. PLANO DE PESSOAL

O empreendimento Prato Predileto utilizará a mão de obra por meio da contratação de carteira assinada, seguindo as leis previstas na CLT e acordos entre sindicatos dos trabalhadores. Será utilizada a mão de obra de *freelances* nos finais de semana e em épocas sazonais, como uma alternativa de contratação mais econômica.

Após verificação e análise de mercado, os gestores decidiram adotar o método de contratação de carteira assinada, mesmo cientes da alta tributação que poderá chegar até 80% sobre a folha de pagamento do funcionário. Conforme Art. 47 do Decreto Lei nº 5.452 de 01 de Maio de 1943 ao adotar esse método a empresa fica resguardada de sofrer possíveis penalidades e multas. A jornada de trabalho dos funcionários nos termos da Constituição Federal, Art. 7º, XII, será de 7:33h diárias, 44 horas semanais e 220 horas mensais, tendo uma folga por semana em regime de escala e um domingo por mês.

8.1 Cargos e salários

O Administrador terá como função, planejar, organizar, dirigir e controlar a organização e os funcionários em busca de resultados. Além disso, irá alcançar metas estabelecidas para atingir os objetivos da organização. Suas competências pessoais serão liderança, capacidade de negociação, raciocínio lógico, comunicação, saber administrar conflitos, trabalhar em equipe e capacidade de decisão. O salário médio pesquisado para o cargo será: R\$ 4.711,80, com jornada de trabalho de segunda a sexta de 09:00h às 18:30h com intervalo de 1 hora.

O cargo operador de caixa terá como função, trabalhar com atendimento ao público com pagamentos, recebimentos de valores, fechamento de caixa, emissão de notas fiscais e organização do seu local de trabalho. Suas competências serão fluência verbal, agir com ética, empatia, mostra-se atencioso, pontualidade, agilidade, eficiência, honestidade, e responsabilidade. O salário médio pesquisado para o cargo será: R\$ 1.049,90 mais quebra de caixa de R\$ 120,00, com jornada de trabalho de 09:00h às 17:33h com intervalo de 1 hora.

O auxiliar de caixa terá como função, discriminar e lançar dados nas comandas dos clientes, fechamento de caixa, retirada de valores e coordenar. Suas competências serão O salário médio pesquisado para o cargo será: R\$ 972,20. Com jornada de trabalho de 09:00h às 17:33h. Com intervalo de 1 hora.

Já o cargo de cozinheiro terá como função, a responsabilidade por coordenar as atividades relacionadas ao preparo das refeições, auxiliar na higienização das louças, utensílios, e da cozinha em geral. Zelar pela conservação dos alimentos estocados, providenciando as condições necessárias para evitar perdas. Suas competências pessoais serão flexibilidade, versatilidade, desenvolvimento do paladar e o olfato, criatividade, técnicas de preparação e conservação de alimentos, asseio pessoal, ética e manter-se atualizado sobre as novidades e desenvolvimento da profissão. O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 1.314,70. Com jornada de trabalho de 08:00h às 16:33h. Com intervalo de 1 hora.

Também o cargo de auxiliar de cozinha terá como função, organizar, cortar, lavar, separar, escolher os alimentos sobre a orientação do cozinheiro. Zelar pela conservação dos alimentos estocados, providenciando as condições necessárias para evitar perdas. Suas competências pessoais serão Criatividade, pro-atividade, organização, destrezas manual e asseio pessoal. O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 979,80. Com jornada de trabalho de 07:00h às 15:33h. Com intervalo de 1 hora.

O cargo de saladeira terá como função, ser responsável pela elaboração e estocagem de saladas variadas, montagem de Buffet e higienização dos alimentos. Suas competências pessoais serão trabalhar em equipe, criatividade, senso estético, demonstrar boa apresentação, destreza manual e organização. O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 979,80. Com jornada de trabalho de 07:00h às 15:33h. E intervalo de 1 hora.

Já o garçom terá como função, ser responsável por servir, anotar os pedidos dos clientes, preparar as bebidas, estar pronto a atender e fechar a comanda quando o cliente solicitar. Limpar e retirar as sobras de comidas e as louças utilizadas pelos clientes. Suas competências pessoais serão cordialidade, dinamismo, organização,

atenção, descrição, pro atividade e equilíbrio emocional. O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 1.276,28. Com jornada de trabalho de 09:00h às 17:33h. Com intervalo de 1 hora.

Com tudo a faxineira terá como função, ser responsável pela limpeza em geral, retirada dos lixos e zelar pela organização. Suas competências pessoais serão reconhecimento de limitações pessoais, agilidade, organização, destreza manual e prudência. O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 916,20 Com jornada de trabalho de 09:00h às 17:33h.E intervalo de 1 hora.

O cargo de auxiliar geral terá como função, auxiliar em todas as atividades da organização. Suas competências pessoais serão

O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 728,37. Com jornada de trabalho de 09:00h às 17:33h. Com intervalo de 1 hora.

O repositor terá como função, ser responsável pela reposição, precificação, controle, e validade de produtos perecíveis, através de revezamentos dos mesmos. Suas competências pessoais serão objetividade, credibilidade, dinamismo, lidar com a diversidade e organização. O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 796,96. Com jornada de trabalho de 08:00h às 16:30h Com intervalo de 1 hora..

Já o Maitres/ recepcionista terá como função ser encarregados de destinar os clientes às mesas, garantindo máxima eficiência no atendimento, lida com reclamações e/ou sugestões de clientes. Suas competências pessoais serão ter cordialidade, postura pessoal, agilidade, iniciativa na resolução de problemas, asseio pessoal e bom sendo. O salário médio pesquisado para o cargo será R\$ 1.201,29. Com jornada de trabalho de 09:00h às 17:33h. Com intervalo de 1 hora.

8.1.2 Benefícios

Em relação aos benefícios oferecidos aos funcionários do Restaurante Prato Predileto, a princípio, serão os exigidos por lei, tais como: 13ª Salário, DSR/RSR, férias e vale transporte sob o desconto de 6% do salário base. E, também, por

opção da empresa será concedido o ticket alimentação no valor R\$ 100,00 para cada colaborador, plano de saúde e café da manhã.

8.2 Plano de carreira

A empresa adotará a projeção salarial para o plano de carreira dos funcionários, após o período de experiência será aplicado uma avaliação de desempenho para verificar as competências dos mesmos, onde será necessário obter 85% de aproveitamento, após essa avaliação, o funcionário passará por um pequeno teste com os gestores para ai sim poder obter um aumento de salário e conseqüentemente ser promovido. Conforme quadro a seguir:

Quadro 03: Projeção salarial

Cargo	Salário	Projeção 1	Projeção 2	Projeção 3
		4%	5%	6%
Administrador	R\$ 4.711,80	R\$ 4.900,27	R\$ 5.096,28	R\$ 5.300,13
Operador de Caixa	R\$ 1.169,90	R\$ 1.216,70	R\$ 1.277,53	R\$ 1.354,18
Auxiliar de Caixa	R\$ 972,20	R\$ 1.011,09	R\$ 1.061,64	R\$ 1.125,34
Cozinheiro	R\$ 1.314,70	R\$ 1.367,29	R\$ 1.435,65	R\$ 1.521,79
Auxiliar de Cozinha	R\$ 979,80	R\$ 1.018,99	R\$ 1.069,94	R\$ 1.134,14
Saladeira	R\$ 979,80	R\$ 1.018,99	R\$ 1.069,94	R\$ 1.134,14
Garçom	R\$ 1.276,28	R\$ 1.327,33	R\$ 1.393,70	R\$ 1.477,32
Faxineira	R\$ 916,20	R\$ 952,85	R\$ 1.000,49	R\$ 1.060,52
Auxiliar Geral	R\$ 728,37	R\$ 757,50	R\$ 795,38	R\$ 843,10
Repositor	R\$ 796,96	R\$ 828,84	R\$ 870,28	R\$ 922,50
Maitre/Recepcionista	R\$ 1.201,29	R\$ 1.249,34	R\$ 1.311,81	R\$ 1.390,52

Fonte: Elaborado pelos autores

8.3 Encargos sociais incidentes sobre a remuneração

Além do salário dos empregados, o restaurante terá outros custo e encargos que dever ser calculados sobre a folha de pagamento dos funcionários, estimando assim o valor real do custo da mão de obra. Além de 8% de FGTS, de 1 % á 3% referentes aos riscos de acidente de trabalho – RAT; 5,80% de contribuição patronal para terceiros (Sistema S) e despesas com transporte (VT), para deslocamento residência x trabalho, e vise versa.

8.4 Recrutamento

Segundo Chiavenato (1999) no recrutamento e seleção externo a empresa estará preenchendo a vaga em questão com pessoas de fora da organização, procurando encontrar a pessoa mais apta à função e atraí-la por meio de diversas técnicas existente. Será feito uma definição de cargos e identificação das atividades a serem desempenhadas.

Para a contratação dos funcionários do Restaurante Prato Predileto, os requisitos solicitados foram pensados para o melhor atendimento ao cliente respeitando a cultura da empresa em sua integridade, visto que se trata de um ramo alimentício de requinte, que precisa passar ao cliente credibilidade nos serviços e produtos oferecidos. Conforme quadro a seguir.

Quadro 04: Recrutamento

Cargo	Quantidade de vagas	Requisitos	Status
Administradores	3	*	Ocupado pelos Sócios
Cozinheiros	2	Mínimo de 2 anos de experiência comprovada. Curso técnico área.	Á contratar.
Auxiliares de cozinha	2	Ensino Fundamental completo. 1 ano de experiência	Á contratar.
Saladeira	1	Ensino Fundamental completo. 1 ano de experiência	Á contratar.
Caixa	3	Ensino médio completo. Experiência de 1 ano.	Á contratar.
Auxiliar de Caixa	1	Ensino médio completo experiência de 2 anos	Á contratar.
Garçons	8	Ensino médio completo e experiência de 1 ano.	Á contratar.
Faxineira	1	Ensino fundamental completo e 1 ano de experiência	Á contratar.
Auxiliar Geral	1	Ensino fundamental completo e 1 ano de experiência	Á contratar.
Repositor	1	Escolaridade: Ensino médio completo e experiência de 1 ano	Á contratar.
Maitrê	1	Mínimo de 2 anos de experiência comprovada. Curso técnico área.	Á contratar.

Fonte: Elaborado pelos autores

O cargo de administrador será ocupado pelos sócios, que terão bacharelado em administração, e técnicas em treinamento e desenvolvimento de pessoas.

Serão contratados dois cozinheiros, sendo exigida experiência comprovada de dois anos, com curso técnico. Os auxiliares de cozinha serão exigidos o ensino fundamental completo, um ano de experiência comprovada na função. No cargo de saladeira, será exigido ensino fundamental completo, experiência comprovada na função, mínimo seis meses. Serão contratados três operadores de caixa, sendo exigido ensino médio completo, experiência de um ano, e será responsável pelo fechamento de todas as contas. Auxiliar de caixa, também será exigido ensino médio completo, experiência de um ano. Serão contratados 08 garçons, sendo exigido ensino médio completo, experiência de um ano. Cargo de faxineira será

exigido ensino fundamental completo, experiência de um ano e será responsável pela organização e limpeza do salão.

O auxiliar geral será exigido ensino fundamental completo, experiência de um ano, ser responsável pela organização e limpeza do salão. Será contratado um repositor que tenha ensino médio completo e um ano experiência.

A técnica de recrutamento escolhido pelos gestores foi através do site Catho que permite que a empresa faça anúncios gratuitos e tem uma ótima reputação, e é visto por muitas pessoas diariamente. Desta forma a empresa pode conseguir os funcionários desejados sem gerar custos a organização. Conforme quadro abaixo:

Quadro 05: Custos de recrutamento

Cargo	Recrutamento		
	Modalidade	Técnica	Custo (despesas diretas)
Administradores	*	*	*
Cozinheiros	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Auxiliares de cozinha	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Saladeira	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Caixa	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Auxiliar de Caixa	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Garçons	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Faxineira	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados.	R\$0,00

		(Site Catho).	
Auxiliar Geral	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Repositor	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00
Maitrê	Externo	Empresa de recrutamento e seleção terceirizados. (Site Catho).	R\$0,00

Fonte: Elaborado pelos autores

8.5 Seleção de pessoal

Segundo Giosa (2003), a terceirização é um processo de gestão pelo qual se repassam algumas atividades secundárias para terceiros, com os quais se estabelece uma relação de parceria, ficando a empresa contratante responsável apenas pelas tarefas essencialmente ligadas ao negócio em que esta atua.

Será selecionado por meio do site, os requisitos que mais se adaptam as vagas, e logo após o processo de recrutamento a avaliação dos colaboradores será feita através do treinamento prático se ela tem a competência que a empresa deseja.

No quadro a seguir: poderá ser verificado de uma forma mais prática como a empresa irá proceder desde a escolha dos requisitos até a seleção final de cada funcionário e os custos provenientes destes métodos de contratação.

Quadro 06: Seleção de pessoal

CARGO	QUANT.	REQUISITOS	RECRUTAMENTO	STATUS
Administradores	3			Ocupados pelos sócios
Cozinheiros	2	2 anos de experiência comprovada	Externo	Á contratar
Auxiliares de cozinha	2	Ensino fundamental completo 1 ano de experiencia	Externo	Á contratar
Saladeira	1	Ensino fundamental completo 1 ano de experiencia	Externo	Á contratar
Caixa	3	Ensino medio completo experiência de 1 ano	Externo	Á contratar
Auxiliar de caixa	1	Ensino medio completo experiência de 2 ano	Externo	Á contratar
Garçons	8	Ensino médio completo experiência de 1 ano e algum curso na área	Externo	Á contratar
Faxineira	1	Ensino fundamental completo 1 ano de experiencia	Externo	Á contratar
Auxiliar geral	1	Ensin medio completo, 1ano de experiencia	Externo	Á contratar
Repositor	1	Ensino medio completo, 1ano de experiencia	Externo	Á contratar
Maitre	1	Dois anos de experiencia e curso tecnico na área	Externo	Á contratar
RECRUTAMENTO		SELEÇÃO		
Modalidade	Tecnica	Custo	Tecnica	Custo
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0
Externo	Site da Catho	0	Site da Catho	0

Fonte: Elaborado pelos autores

8.6 Programa de avaliação de desempenho

Para (CHIAVENATO, 2010, p.120), a avaliação de desempenho é uma apreciação sistêmica do desempenho de cada pessoa no cargo e do seu potencial de desenvolvimento futuro. Toda avaliação significa um processo de estimular ou jogar valor, a excelência ou as qualidades de alguma pessoa.

Com as grandes mudanças tecnológicas e a globalização o restaurante prato predileto está diante de um desafio, que é a necessidade de inovar e agregar valores aos serviços prestados, assim como a organização aos colaboradores e aos clientes, fazendo com que os objetivos da empresa sejam alcançados.

O Prato Predileto terá 4 grupos ocupacionais, sendo gerencial que será composto pelos três gestores, o técnico de nível médio que será ocupado pelos caixas, auxiliar de caixa, auxiliar geral, garçons e maitrê, o grupo profissional nível superior que será composto pelo cozinheiro, e por fim o operacional que será composto pelo repositor, saladeiras, auxiliar de cozinha, faxineira.

(CHIAVENATO, 2000, p.334) O método da escala gráfica avalia o desempenho das pessoas através de fatores de avaliação previamente definidos e graduados. Para tanto utiliza um formulário de dupla entrada, no qual as linhas horizontais apresentam os graus de variação daqueles fatores. Os fatores são previamente selecionados e escolhidos para definir em cada pessoa as qualidades que pretendem avaliar.

Os grupos ocupacionais serão avaliados com os seguintes fatores:

Quadro 07: Grupos ocupacionais

Fatores de avaliação	Fatores de avaliação	Fatores de avaliação	Fatores de avaliação
Gerenciais	Nível médio	Nível superior	Operacional
Liderança	Conhecimento	Liderança	Conhecimento
Criatividade	Pontualidade	Pontualidade	Cooperação
Conhecimento	Atendimento	Criatividade	Pontualidade
Pontualidade	Cooperação	Qualidade	Atendimento

Fonte: Elaborado pelos autores

Será avaliado se as pessoas possuem iniciativa, como tornar as idéias boas em pratica e agir com velocidade de inovação que ofereça ajuda, capacidade de liderança - capacidade natural dos outros os seguirem e ter facilidade em motivar seus colegas de trabalho.

Trabalho em equipe - Se sentir bem em estar colaborando com todas as pessoas, em que elas também lhe digam o que deve fazer; escutar e respeitar as opiniões alheias diversas das suas, preferir trabalhar em conjunto para alcançar um objetivo comum, ter criatividade capacidade que o colaborador tem de criar, produzir ou inventar coisas novas, conhecimento do cargo, hipóteses, conceitos, teorias, princípios e procedimentos, qualidade está relacionada às percepções de cada indivíduo e diversos fatores como cultura, produto ou serviço prestado, tomar decisões imediatas para solucionar problemas, pontualidade chegar sempre dentro do horário estabelecido.

O objetivo da avaliação de desempenho no Prato Predileto é verificar adequação do colaborador ás funções que desempenha atualmente, ajudar a aperfeiçoar o seu desempenho atual, identificar o potencial do colaborador e saber como apoiar seu desenvolvimento, motivar o colaborador dando opinião a respeito do seu comportamento e resultado obtido; Fornecer oportunidade de crescimento e futuras promoções, aperfeiçoar relacionamento interpessoal, remuneração.

Poderão participar da avaliação os funcionários que estiverem um ano de empresa e possuir no máximo 30 dias de afastamento.

As avaliações serão realizadas na primeira semana do mês de janeiro, e os avaliadores terão o prazo de uma semana para concluírem.

O grupo gerencial será avaliado por seus subordinados, e por seu superior imediato, para os profissionais de nível médio, superior e operacional, a avaliação será realizada por seus superiores. E os resultados serão mantidos em anonimato por seus gestores. A escala gráfica de avaliação será dividida em:

Quadro 08: Escala gráfica de avaliação

Ótimo	5 pontos
Bom	4 pontos
Regular	3 pontos
Ruim	2 pontos
Péssimo	1 ponto

Fonte: Elaborado pelos autores

8.7 Programa de treinamento e desenvolvimento de pessoal

Para (JACINTO 2008), quanto maior o conhecimento do cliente, mais oportunidades em serviços podem ser geradas, sobretudo no ramo de alimentação. A qualificação é importante por refletir na produtividade da empresa. Em organizações como restaurantes, onde além da comida, o diferencial está em como atender o cliente de maneira satisfatória, o treinamento de habilidades dos funcionários para lidar da melhor maneira possível com os clientes, é um fator que gera diferencial competitivo. As organizações estão valorizando cada vez mais seus colaboradores, passando a enxergar pessoas como pessoas, e não como meros recursos produtivos,

O treinamento é importante, pois possibilita à organização a adaptação às mudanças ambientais. O prato predileto treinará os garçons, capacitando para que eles atendam o cliente com excelência e qualidade.

Segundo a publicação em 10/05/15, da nova lei no Ramo alimentício há uma maior exigência em um excelente atendimento ao cliente, e de acordo com a nova lei, será estabelecido um treinamento na área de atendimento ao cliente com os garçons.

Para chegar a uma conclusão de onde atuar e desenvolver os treinamentos foram realizados pesquisas. Por meio da revista Hotel News, as maiores reclamações de clientes em restaurantes são desatenção de garçons, não acomodação de pertences, demora na chegada dos pratos, falta de informações sobre o cardápio e conversas entre funcionários.

Será feito um levantamento das necessidades de treinamento, ou seja, a competência que as pessoas possuem com as competências requeridas pela organização.

O treinamento será feito em 4 etapas para abranger todos os aspectos que queremos melhorias. A partir da análise organizacional iremos verificar a missão, visão, e valores que o treinamento deve atender.

Com a análise de RH, por meio de perfil de pessoas, identificar quais competências é necessário para que as pessoas possam contribuir para o alcance dos objetivos do Prato Predileto.

Com a análise de estrutura de cargos, iremos identificar as habilidades que as pessoas deverão desenvolver para ocuparem seus cargos.

E também com análise do treinamento será analisado se houve eficiência e eficácia no programa de treinamento.

O programa de treinamento do Prato Predileto buscará enfatizar e fortalecer comportamento do individuo na incorporação de novos hábitos, atitudes e conhecimentos e para desenvolver um excelente atendimento, o empreendimento irá treinar todos os garçons, seguindo as normas da nova lei. Eles terão que ter o máximo de atenção ao anotar os pratos e bebidas dos clientes, acomodarem os pertences dos mesmos, deixar bem claro que alguns pratos mais caprichados

podem demorar, e evitar conversas paralelas que possam atrapalhar o atendimento, trabalhar em equipe, demonstrar confiança e lealdade, comunicar-se bem e resolver problemas.

A satisfação do cliente é o maior objetivo do Prato Predileto e após o treinamento será avaliar o atendimento dos garçons antes do treinamento e após o treinamento.

Para identificar se o treinamento foi eficiente, na saída do restaurante terá um questionário para os clientes, onde eles irão responder como foi o atendimento. Se as respostas forem 90% positivas, significa que o treinamento valeu a pena.

Por meio das pesquisas de avaliação do cliente iremos verificar se o atendimento ao foi satisfatório e se o investimento no treinamento foi eficiente. O desenho do treinamento será feito em comum acordo para atender as necessidades diagnosticadas.

Serão treinados 6 garçons. A técnica ser utilizada será uma leitura com presença de um instrutor sobre como atender o cliente adequadamente. Os temas abordados no treinamento serão receber o cliente com saudação de boa vinda, oferecer orientação quando necessário, ser cordial, higiene pessoal, informação sobre cardápios e tempo de preparo.

Através dos itens abordados acima, será terceirizado um instrutor especialista em treinamento de comportamentos adequados para garçons. O treinamento será realizado na própria organização na sala de reuniões, onde terá a duração de 90 dias, sendo uma vez por semana com duração de duas horas ao dia, portanto serão ao todo oito encontros com dezesseis horas de curso.

Ocorrerá o treinamento na segunda quinzena de marco, dado que, nesse período do ano o fluxo de movimento no restaurante é menor e assim os colaboradores poderão dedicar parte do tempo de trabalho para participar do programa de treinamento. O treinamento acontecerá no horário de expediente de 8h às 9h.

Os treinamentos serão realizados dentro do restaurante, onde será disponibilizado aos colaboradores, café da manhã, apostilas, cartilhas e brindes e o custo total de treinamento será de R\$ 1.500,00.

Os treinados devem estar sensibilizados acerca da importância do treinamento. Os gestores estarão dispostos a colaborar com o treinamento.

Por meio da avaliação será possível verificar se os resultados obtidos com o treinamento trouxeram benefícios para empresa e se as despesas que foram gastas valeram.

Os treinados devem estar sensibilizados acerca da importância do treinamento. Os gestores estarão dispostos a colaborar com o treinamento.

Esperasse que, com a implementação do treinamento possamos reduzir os erros operacionais, aumentar a fidelidade dos clientes, diminuir a rotatividade de nossos funcionários.

Após o treinamento, será avaliado se o objetivo da organização, dos colaboradores e dos clientes foi atingido. Se as respostas foram positivas, o programa de treinamento foi bem sucedido se não, utilizaremos outro processo de treinamento.

Para o interdisciplinar, o trabalho será focado na avaliação de desempenho do setor na área de garçons.

A avaliação do treinamento ocorrerá em cinco níveis: a reação dos funcionários se eles agradaram ou não das palestras, o aprendizado, se o colaborador adquiriu novas habilidades e conhecimento, se mudou suas atitudes e comportamentos dentro do seu local de trabalho.

O retorno do investimento em treinamento será um atendimento da melhor qualidade e satisfação ao consumidor final.

9. PLANO FINANCEIRO

9.1 Investimento inicial

O investimento inicial terá um montante no valor de R\$ 169.797,83, devido à compra de equipamentos, móveis e utensílios, estoque inicial, investimentos pré operacionais, etc, conforme planilha abaixo:

Tabela 01: Investimento inicial

Investimento Inicial	
Investimento Pré-Operacional	R\$ 5.246,58
Material de Escritório + Limpeza	R\$ 775,58
Publicidade Inicial	R\$ 2.171,00
Recrutamento e Seleção	R\$ 1.500,00
Registro nos órgãos Competentes	R\$ 800,00
Investimento Consultoria PN	R\$ -
Investimento Fixo	R\$ 96.763,25
Equipamentos	R\$ 22.476,00
UTENSÍLIOS PARA COZINHA	R\$ 2.078,50
UTENSÍLIOS PARA O SALÃO DE REFEIÇÕES	R\$ 6.348,75
MÓVEIS/ UTENSÍLIOS PARA O SALÃO DE REFEIÇÕES	R\$ 24.000,00
MÓVEIS E EQUIPAMENTO PARA ESCRITÓRIO	R\$ 7.700,00
EQUIPAMENTOS DE T.I - HARDWARE/SOFTWARE	R\$ 34.160,00
Capital de Giro	R\$ 42.765,00
Cash	R\$ 31.185,00
Estoque Inicial	R\$ 11.580,00
TOTAL	R\$ 144.774,83

Fonte: Elaborado pelos autores

9.2 Capital de giro

Para a elaboração do capital de giro do empreendimento, considerou-se, contas a receber 70% a prazo e 30% a vista sendo o PMR de 30 dias. Contas a Pagar tendo suas compras á prazo de 80% e avista de 20% com PMP 30 dias e o estoque tendo um giro de 51 vezes a.a, baseado em pesquisas realizadas nos empreendimentos concorrentes da região.

9.3 Projeção de vendas

De acordo com previsão de vendas feitas com referência a 5 anos, conforme a seguir, o empreendimento terá em media um aumento na sua projeção de vendas de 14,76% a.a em sua receita, baseado na informação do site Bh News tv.

Tabela 02: Projeção de vendas.

Descrição	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
CORDEIRO	R\$ 20.000,00	R\$ 20.300,00	R\$ 20.184,00	R\$ 20.401,40	R\$ 20.880,70	R\$ 21.545,68	R\$ 23.436,42	R\$ 24.761,48	R\$ 23.675,86	R\$ 23.297,04	R\$ 24.277,46	R\$ 24.578,44
GALETO	R\$ 15.000,00	R\$ 15.225,00	R\$ 15.138,00	R\$ 15.301,05	R\$ 15.660,53	R\$ 16.159,26	R\$ 17.405,83	R\$ 18.210,52	R\$ 17.242,23	R\$ 16.800,83	R\$ 17.337,06	R\$ 17.380,76
LOMBO	R\$ 25.000,00	R\$ 25.375,00	R\$ 25.230,00	R\$ 25.501,75	R\$ 26.100,88	R\$ 26.932,10	R\$ 29.009,72	R\$ 30.350,86	R\$ 28.737,06	R\$ 28.001,39	R\$ 28.895,10	R\$ 28.967,93
REFRIGERANTE	R\$ 1.170,00	R\$ 1.187,55	R\$ 1.180,76	R\$ 1.193,48	R\$ 1.221,52	R\$ 1.260,42	R\$ 1.357,65	R\$ 1.420,42	R\$ 1.344,89	R\$ 1.310,46	R\$ 1.352,29	R\$ 1.355,70
SUCOS	R\$ 1.200,00	R\$ 1.218,00	R\$ 1.211,04	R\$ 1.224,08	R\$ 1.252,84	R\$ 1.292,74	R\$ 1.392,47	R\$ 1.456,84	R\$ 1.379,38	R\$ 1.344,07	R\$ 1.386,96	R\$ 1.390,46
TOTAL	R\$ 62.370,00	R\$ 63.305,55	R\$ 62.943,80	R\$ 63.621,76	R\$ 65.116,47	R\$ 67.190,20	R\$ 72.602,10	R\$ 76.200,12	R\$ 72.379,42	R\$ 70.753,80	R\$ 73.248,87	R\$ 73.673,29

2 ano												
janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
R\$ 25.486,11	R\$ 25.995,83	R\$ 25.974,61	R\$ 26.383,71	R\$ 27.136,59	R\$ 28.138,73	R\$ 30.458,74	R\$ 32.023,85	R\$ 30.470,45	R\$ 29.836,66	R\$ 30.940,62	R\$ 31.171,41	
R\$ 17.934,27	R\$ 18.203,29	R\$ 18.099,27	R\$ 18.294,21	R\$ 18.724,01	R\$ 19.320,30	R\$ 20.810,73	R\$ 21.772,82	R\$ 20.615,13	R\$ 20.087,38	R\$ 20.728,50	R\$ 20.780,75	
R\$ 29.890,45	R\$ 30.338,81	R\$ 30.165,45	R\$ 30.490,35	R\$ 31.206,69	R\$ 32.200,51	R\$ 34.684,55	R\$ 36.288,04	R\$ 34.358,55	R\$ 33.478,97	R\$ 34.547,50	R\$ 34.634,58	
R\$ 1.398,87	R\$ 1.419,86	R\$ 1.411,74	R\$ 1.426,95	R\$ 1.460,47	R\$ 1.506,98	R\$ 1.623,24	R\$ 1.698,28	R\$ 1.607,98	R\$ 1.566,82	R\$ 1.616,82	R\$ 1.620,90	
R\$ 1.434,74	R\$ 1.456,26	R\$ 1.447,94	R\$ 1.463,54	R\$ 1.497,92	R\$ 1.545,62	R\$ 1.664,86	R\$ 1.741,83	R\$ 1.649,21	R\$ 1.606,99	R\$ 1.658,28	R\$ 1.662,46	
R\$ 76.144,45	R\$ 77.414,05	R\$ 77.099,01	R\$ 78.058,76	R\$ 80.025,68	R\$ 82.712,15	R\$ 89.242,11	R\$ 93.524,82	R\$ 88.701,31	R\$ 86.576,82	R\$ 89.491,73	R\$ 89.870,10	

3 anos												
janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
R\$ 32.322,55	R\$ 32.969,00	R\$ 32.942,09	R\$ 33.460,93	R\$ 34.415,75	R\$ 35.686,71	R\$ 38.629,04	R\$ 40.613,98	R\$ 38.643,90	R\$ 37.840,11	R\$ 38.596,91	R\$ 38.884,80	
R\$ 21.442,54	R\$ 21.764,18	R\$ 21.639,81	R\$ 21.872,89	R\$ 22.386,77	R\$ 23.099,71	R\$ 24.881,69	R\$ 26.031,98	R\$ 24.647,82	R\$ 24.016,84	R\$ 24.377,09	R\$ 24.438,53	
R\$ 35.737,57	R\$ 36.273,63	R\$ 36.066,36	R\$ 36.454,82	R\$ 37.311,28	R\$ 38.499,51	R\$ 41.469,48	R\$ 43.386,64	R\$ 41.079,70	R\$ 40.028,06	R\$ 40.628,48	R\$ 40.730,89	
R\$ 1.672,52	R\$ 1.697,61	R\$ 1.687,91	R\$ 1.706,09	R\$ 1.746,17	R\$ 1.801,78	R\$ 1.940,77	R\$ 2.030,49	R\$ 1.922,53	R\$ 1.873,31	R\$ 1.901,41	R\$ 1.906,21	
R\$ 1.715,40	R\$ 1.741,13	R\$ 1.731,19	R\$ 1.749,83	R\$ 1.790,94	R\$ 1.847,98	R\$ 1.990,53	R\$ 2.082,56	R\$ 1.971,83	R\$ 1.921,35	R\$ 1.950,17	R\$ 1.955,08	
R\$ 92.890,59	R\$ 94.445,56	R\$ 94.067,35	R\$ 95.244,56	R\$ 97.650,91	R\$ 100.935,68	R\$ 108.911,51	R\$ 114.145,66	R\$ 108.265,78	R\$ 105.679,66	R\$ 107.454,06	R\$ 107.915,51	

4 ano												
janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
R\$ 40.123,15	R\$ 40.724,99	R\$ 40.492,28	R\$ 40.928,41	R\$ 41.889,98	R\$ 43.224,02	R\$ 46.558,45	R\$ 48.710,88	R\$ 46.120,84	R\$ 44.940,15	R\$ 45.614,25	R\$ 45.729,22	
R\$ 25.216,81	R\$ 25.595,07	R\$ 25.448,81	R\$ 25.722,91	R\$ 26.327,24	R\$ 27.165,67	R\$ 29.261,31	R\$ 30.614,08	R\$ 28.986,28	R\$ 28.244,23	R\$ 28.667,89	R\$ 28.740,15	
R\$ 42.028,02	R\$ 42.658,44	R\$ 42.414,68	R\$ 42.871,52	R\$ 43.878,73	R\$ 45.276,12	R\$ 48.768,84	R\$ 51.023,47	R\$ 48.310,46	R\$ 47.073,72	R\$ 47.779,82	R\$ 47.900,25	
R\$ 1.966,91	R\$ 1.996,42	R\$ 1.985,01	R\$ 2.006,39	R\$ 2.053,52	R\$ 2.118,92	R\$ 2.282,38	R\$ 2.387,90	R\$ 2.260,93	R\$ 2.203,05	R\$ 2.236,10	R\$ 2.241,73	
R\$ 2.017,35	R\$ 2.047,61	R\$ 2.035,90	R\$ 2.057,83	R\$ 2.106,18	R\$ 2.173,25	R\$ 2.340,90	R\$ 2.449,13	R\$ 2.318,90	R\$ 2.259,54	R\$ 2.293,43	R\$ 2.299,21	
R\$ 111.352,24	R\$ 113.022,52	R\$ 112.376,68	R\$ 113.587,07	R\$ 116.255,65	R\$ 119.957,98	R\$ 129.211,89	R\$ 135.185,45	R\$ 127.997,42	R\$ 124.720,68	R\$ 126.591,49	R\$ 126.910,57	

5 ano												
janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
R\$ 40.123,15	R\$ 40.724,99	R\$ 40.492,28	R\$ 40.928,41	R\$ 41.889,98	R\$ 43.224,02	R\$ 46.558,45	R\$ 48.710,88	R\$ 46.120,84	R\$ 44.940,15	R\$ 45.614,25	R\$ 45.729,22	
R\$ 25.216,81	R\$ 25.595,07	R\$ 25.448,81	R\$ 25.722,91	R\$ 26.327,24	R\$ 27.165,67	R\$ 29.261,31	R\$ 30.614,08	R\$ 28.986,28	R\$ 28.244,23	R\$ 28.667,89	R\$ 28.740,15	
R\$ 42.028,02	R\$ 42.658,44	R\$ 42.414,68	R\$ 42.871,52	R\$ 43.878,73	R\$ 45.276,12	R\$ 48.768,84	R\$ 51.023,47	R\$ 48.310,46	R\$ 47.073,72	R\$ 47.779,82	R\$ 47.900,25	
R\$ 1.966,91	R\$ 1.996,42	R\$ 1.985,01	R\$ 2.006,39	R\$ 2.053,52	R\$ 2.118,92	R\$ 2.282,38	R\$ 2.387,90	R\$ 2.260,93	R\$ 2.203,05	R\$ 2.236,10	R\$ 2.241,73	
R\$ 2.017,35	R\$ 2.047,61	R\$ 2.035,90	R\$ 2.057,83	R\$ 2.106,18	R\$ 2.173,25	R\$ 2.340,90	R\$ 2.449,13	R\$ 2.318,90	R\$ 2.259,54	R\$ 2.293,43	R\$ 2.299,21	
R\$ 111.352,24	R\$ 113.022,52	R\$ 112.376,68	R\$ 113.587,07	R\$ 116.255,65	R\$ 119.957,98	R\$ 129.211,89	R\$ 135.185,45	R\$ 127.997,42	R\$ 124.720,68	R\$ 126.591,49	R\$ 126.910,57	

julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
R\$ 1.039.826,64	R\$ 1.083.918,51	R\$ 1.131.098,45	R\$ 1.174.562,50	R\$ 1.216.332,64	R\$ 1.258.335,66
R\$ -					
R\$ 129.211,89	R\$ 135.185,45	R\$ 127.997,42	R\$ 124.720,68	R\$ 126.591,49	R\$ 126.910,57
R\$ 129.211,89	R\$ 135.185,45	R\$ 127.997,42	R\$ 124.720,68	R\$ 126.591,49	R\$ 126.910,57
R\$ 3.488,72	R\$ 3.650,01	R\$ 3.455,93	R\$ 3.367,46	R\$ 3.417,97	R\$ 3.426,59
R\$ 400,00					
R\$ 350,00					
R\$ 450,00					
R\$ 154,00					
R\$ 16.727,75					
R\$ 201,57					
R\$ 220,00					
R\$ 1.448,00					
R\$ 210,76					
R\$ 82,50					
R\$ 300,00					
R\$ 724,00					
R\$ 48.008,22	R\$ 50.227,68	R\$ 47.556,99	R\$ 46.339,53	R\$ 47.034,62	R\$ 47.153,18
R\$ 10.918,40	R\$ 11.423,17	R\$ 10.815,78	R\$ 10.538,90	R\$ 11.431,21	R\$ 11.460,02
R\$ 1.156,08					
R\$ 280,00					
R\$ 85.120,01	R\$ 88.005,52	R\$ 84.533,36	R\$ 82.950,55	R\$ 84.588,47	R\$ 84.744,45
R\$ 44.091,88	R\$ 47.179,93	R\$ 43.464,05	R\$ 41.770,14	R\$ 42.003,03	R\$ 42.166,12
R\$ 896.378,68	R\$ 943.558,62	R\$ 987.022,67	R\$ 1.028.792,81	R\$ 1.070.795,83	R\$ 1.112.961,95
R\$ 23.593,09	R\$ 24.872,39	R\$ 22.574,82	R\$ 21.374,40	R\$ 21.175,94	R\$ 20.944,00
R\$ 577.334,28	R\$ 602.206,67	R\$ 624.781,49	R\$ 646.155,90	R\$ 667.331,83	R\$ 688.275,84
R\$ -					

Fonte: Elaborado pelos autores

9.5 Orçamentos (Recrutamento, mão de obra, marketing e matéria prima) Mensal

Tabela 04: Orçamentos

Processos de Recrutamento	Mão de Obra
R\$ 1.500,00	R\$ 16.445,04
Marketing	Materia Prima
R\$ 2.171,00	34.160,00

Fonte: Elaborado pelos autores

9.6 DER / balanço

Na demonstração do resultado do exercício são apuradas as diferenças entre as receitas, custos com produção e impostos. É verificada também a lucratividade e rentabilidade do negócio conforme quadro abaixo.

Tabela 05: DER

Demonstração do resultado do exercício						
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	
Vendas brutas no mercado nacional	R\$ 823.405,39	R\$ 1.008.860,99	R\$ 1.227.606,82	R\$ 1.457.169,63	R\$ 1.345.817,40	
(=) Vendas líquidas	R\$ 823.405,39	R\$ 1.008.860,99	R\$ 1.227.606,82	R\$ 1.457.169,63	R\$ 1.345.817,40	
(-) Custo de mercadorias vendidas	R\$ 305.774,89	R\$ 374.733,47	R\$ 456.073,41	R\$ 541.406,26	R\$ 500.033,73	
(=) Lucro bruto operacional	R\$ 517.630,50	R\$ 634.127,52	R\$ 771.533,41	R\$ 915.763,38	R\$ 845.783,67	
(-) despesas administrativas	R\$ 277.254,89	R\$ 282.462,19	R\$ 288.368,33	R\$ 294.566,53	R\$ 270.291,44	
(-) despesas com vendas (impostos)	R\$ 79.811,79	R\$ 97.560,78	R\$ 119.559,59	R\$ 141.733,91	R\$ 130.988,78	
(-) depreciação	R\$ 7.267,60	R\$ 7.267,60	R\$ 7.267,60	R\$ 7.267,60	R\$ 7.267,60	
(=) Lucro líquido operacional	R\$ 153.296,22	R\$ 246.836,94	R\$ 356.337,89	R\$ 472.195,34	R\$ 437.235,85	
Lucratividade	19%	24%	29%	32%	32%	
Rentabilidade	106%	170%	246%	326%	302%	

Fonte: Elaborado pelos autores

9.7 Projeção tributária

O Prato Predileto será tributado no Simples Nacional, por se enquadrar na definição de micro empresa. Com base no faturamento de cinco anos a empresa terá que pagar uma alíquota de 7,60% em janeiro do primeiro ano, e ao final de cinco anos terá uma alíquota de 9,03%. Abaixo valores totais do imposto a ser pago pelo empreendimento.

Tabela 06: Impostos.

Ano:	1	2	3	4	5
Total de Impostos	R\$ 5.599,17	R\$ 7.441,24	R\$ 9.021,74	R\$ 11.460,02	R\$ 11.460,02

Fonte: Elaborado pelos autores

9.8 Análise do investimento

9.8.1 Tir

Foi calculado a TIR e projeto é viável pois, obteve um taxa de 16,03%,a.m significando que a taxa Interna de Retorno foi maior que o custo de oportunidade ao final de quatro anos. Conforme segue na próxima pagina.

Tabela 07: TIR

VPL						
Taxa	16,03%		a.m		192,33%	
Meses	Entrada de Caixa	Saldo Acumulado	Constante	Valor Presente	Valor Presente Acumulado	
0	R\$ (169.797,83)	R\$ (169.797,83)	R\$ 1,00	R\$ (169.797,83)	R\$ (169.797,83)	
jan/15	R\$ 18.736,87	R\$ (151.060,96)	1,00000	R\$ 18.736,87	R\$ (151.060,96)	
fev/15	R\$ 19.151,25	R\$ (131.909,71)	0,86187	R\$ 16.505,81	R\$ (134.555,15)	
mar/15	R\$ 18.913,69	R\$ (112.996,02)	0,74281	R\$ 14.049,33	R\$ (120.505,82)	
abr/15	R\$ 19.358,91	R\$ (93.637,12)	0,64021	R\$ 12.393,67	R\$ (108.112,15)	
mai/15	R\$ 20.340,50	R\$ (73.296,62)	0,55177	R\$ 11.223,30	R\$ (96.888,85)	
jun/15	R\$ 21.702,33	R\$ (51.594,29)	0,47555	R\$ 10.320,60	R\$ (86.568,25)	
jul/15	R\$ 25.351,29	R\$ (26.243,00)	0,40986	R\$ 10.390,55	R\$ (76.177,71)	
ago/15	R\$ 27.818,83	R\$ 1.575,83	0,35325	R\$ 9.826,91	R\$ (66.350,80)	
set/15	R\$ 25.395,04	R\$ 26.970,86	0,30445	R\$ 7.731,55	R\$ (58.619,25)	
out/15	R\$ 24.414,55	R\$ 51.385,41	0,26240	R\$ 6.406,28	R\$ (52.212,97)	
nov/15	R\$ 26.163,30	R\$ 77.548,71	0,22615	R\$ 5.916,84	R\$ (46.296,13)	
dez/15	R\$ 26.542,79	R\$ 104.091,50	0,19491	R\$ 5.173,49	R\$ (41.122,64)	
jan/16	R\$ 28.236,06	R\$ 132.327,56	0,16799	R\$ 4.743,30	R\$ (36.379,34)	
fev/16	R\$ 29.132,52	R\$ 161.460,08	0,14478	R\$ 4.217,88	R\$ (32.161,46)	
mar/16	R\$ 28.974,40	R\$ 190.434,48	0,12478	R\$ 3.615,52	R\$ (28.545,94)	
abr/16	R\$ 29.666,62	R\$ 220.101,10	0,10755	R\$ 3.190,54	R\$ (25.355,41)	
mai/16	R\$ 31.032,96	R\$ 251.134,06	0,09269	R\$ 2.876,46	R\$ (22.478,95)	
jun/16	R\$ 32.883,16	R\$ 284.017,22	0,07989	R\$ 2.626,93	R\$ (19.852,01)	
jul/16	R\$ 36.381,88	R\$ 320.399,09	0,06885	R\$ 2.504,96	R\$ (17.347,06)	
ago/16	R\$ 39.265,81	R\$ 359.664,90	0,05934	R\$ 2.330,07	R\$ (15.016,99)	
set/16	R\$ 36.143,13	R\$ 395.808,03	0,05114	R\$ 1.848,50	R\$ (13.168,49)	
out/16	R\$ 34.797,95	R\$ 430.605,98	0,04408	R\$ 1.533,87	R\$ (11.634,62)	
nov/16	R\$ 36.784,01	R\$ 467.389,99	0,03799	R\$ 1.397,44	R\$ (10.237,18)	
dez/16	R\$ 37.094,22	R\$ 504.484,21	0,03274	R\$ 1.214,56	R\$ (9.022,62)	
jan/17	R\$ 39.156,53	R\$ 543.640,74	0,02822	R\$ 1.104,99	R\$ (7.917,63)	
fev/17	R\$ 40.250,47	R\$ 583.891,21	0,02432	R\$ 978,96	R\$ (6.938,67)	
mar/17	R\$ 40.062,47	R\$ 623.953,68	0,02096	R\$ 839,79	R\$ (6.098,88)	
abr/17	R\$ 40.908,28	R\$ 664.861,96	0,01807	R\$ 739,07	R\$ (5.359,82)	
mai/17	R\$ 42.452,91	R\$ 707.314,87	0,01557	R\$ 661,03	R\$ (4.698,79)	
jun/17	R\$ 44.702,87	R\$ 752.017,74	0,01342	R\$ 599,91	R\$ (4.098,88)	
jul/17	R\$ 50.080,16	R\$ 802.097,90	0,01157	R\$ 579,24	R\$ (3.519,64)	
ago/17	R\$ 53.641,30	R\$ 855.739,20	0,00997	R\$ 534,72	R\$ (2.984,92)	
set/17	R\$ 49.796,06	R\$ 905.535,26	0,00859	R\$ 427,82	R\$ (2.557,09)	
out/17	R\$ 48.142,30	R\$ 953.677,55	0,00740	R\$ 356,48	R\$ (2.200,61)	
nov/17	R\$ 49.399,68	R\$ 1.003.077,24	0,00638	R\$ 315,26	R\$ (1.885,35)	
dez/17	R\$ 49.781,11	R\$ 1.052.858,35	0,00550	R\$ 273,81	R\$ (1.611,53)	
jan/18	R\$ 52.080,53	R\$ 1.104.938,88	0,00474	R\$ 246,89	R\$ (1.364,64)	
fev/18	R\$ 53.039,12	R\$ 1.157.978,00	0,00409	R\$ 216,70	R\$ (1.147,94)	
mar/18	R\$ 52.607,91	R\$ 1.210.585,91	0,00352	R\$ 185,25	R\$ (962,69)	
abr/18	R\$ 53.416,05	R\$ 1.264.001,96	0,00303	R\$ 162,11	R\$ (800,57)	
mai/18	R\$ 55.197,76	R\$ 1.319.199,72	0,00262	R\$ 144,38	R\$ (656,19)	
jun/18	R\$ 57.669,68	R\$ 1.376.869,40	0,00225	R\$ 130,01	R\$ (526,18)	
jul/18	R\$ 63.848,17	R\$ 1.440.717,57	0,00194	R\$ 124,06	R\$ (402,13)	
ago/18	R\$ 67.836,51	R\$ 1.508.554,08	0,00167	R\$ 113,60	R\$ (288,53)	
set/18	R\$ 63.037,32	R\$ 1.571.591,40	0,00144	R\$ 90,98	R\$ (197,55)	
out/18	R\$ 60.849,56	R\$ 1.632.440,96	0,00124	R\$ 75,69	R\$ (121,86)	
nov/18	R\$ 60.951,34	R\$ 1.693.392,30	0,00107	R\$ 65,34	R\$ (56,51)	
	R\$ 61.161,48	R\$ 1.754.553,78	0,00092	R\$ 56,51	R\$ 0,00	

Fonte: Elaborado pelos autores

9.8.2 VPL

O quadro Valor Presente Líquido - VPL abaixo, mostra que ao final de quatro anos o empreendimento obteve um lucro de R\$ 688.275,84 mostrando novamente que o projeto é viável.

Tabela 08: VPL

VPL						
Taxa	1,50%					
Meses	Entrada de Caixa	Saldo Acumulado	Constante	Valor Presente	Valor Presente Acumulado	
0	R\$ (144.774,83)	R\$ (144.774,83)	R\$ 1,00	R\$ (144.774,83)	R\$ (144.774,83)	
jan/16	R\$ 10.281,23	R\$ (134.493,60)	1,00000	R\$ 10.281,23	R\$ (134.493,60)	
fev/16	R\$ 10.573,02	R\$ (123.920,58)	0,98522	R\$ 10.416,77	R\$ (124.076,83)	
mar/16	R\$ 10.382,86	R\$ (113.537,72)	0,97066	R\$ 10.078,24	R\$ (113.998,59)	
abr/16	R\$ 10.739,24	R\$ (102.798,48)	0,95632	R\$ 10.270,12	R\$ (103.728,47)	
mai/16	R\$ 11.524,96	R\$ (91.273,52)	0,94218	R\$ 10.858,64	R\$ (92.869,84)	
jun/16	R\$ 12.615,05	R\$ (78.658,47)	0,92826	R\$ 11.710,05	R\$ (81.159,78)	
jul/16	R\$ 15.459,07	R\$ (63.199,40)	0,91454	R\$ 14.137,97	R\$ (67.021,81)	
ago/16	R\$ 17.349,51	R\$ (45.849,88)	0,90103	R\$ 15.632,38	R\$ (51.389,43)	
set/16	R\$ 15.340,34	R\$ (30.509,54)	0,88771	R\$ 13.617,79	R\$ (37.771,64)	
out/16	R\$ 14.485,03	R\$ (16.024,51)	0,87459	R\$ 12.668,50	R\$ (25.103,14)	
nov/16	R\$ 15.795,64	R\$ (228,87)	0,86167	R\$ 13.610,59	R\$ (11.492,55)	
dez/16	R\$ 16.017,85	R\$ 15.788,99	0,84893	R\$ 13.598,09	R\$ 2.105,53	
jan/17	R\$ 17.316,24	R\$ 33.105,23	0,83639	R\$ 14.483,09	R\$ 16.588,62	
fev/17	R\$ 17.983,07	R\$ 51.088,30	0,82403	R\$ 14.818,54	R\$ 31.407,16	
mar/17	R\$ 17.817,04	R\$ 68.905,34	0,81185	R\$ 14.464,75	R\$ 45.871,91	
abr/17	R\$ 18.321,00	R\$ 87.226,34	0,79985	R\$ 14.654,08	R\$ 60.525,99	
mai/17	R\$ 19.354,28	R\$ 106.580,62	0,78803	R\$ 15.251,78	R\$ 75.777,76	
jun/17	R\$ 20.765,72	R\$ 127.346,34	0,77639	R\$ 16.122,20	R\$ 91.899,96	
jul/17	R\$ 23.590,24	R\$ 150.936,57	0,76491	R\$ 18.044,44	R\$ 109.944,40	
ago/17	R\$ 25.811,36	R\$ 176.747,93	0,75361	R\$ 19.451,63	R\$ 129.396,04	
set/17	R\$ 23.308,64	R\$ 200.056,57	0,74247	R\$ 17.305,97	R\$ 146.702,01	
out/17	R\$ 22.206,05	R\$ 222.262,62	0,73150	R\$ 16.243,68	R\$ 162.945,69	
nov/17	R\$ 23.717,59	R\$ 245.980,21	0,72069	R\$ 17.092,97	R\$ 180.038,66	
dez/17	R\$ 23.913,32	R\$ 269.893,53	0,71004	R\$ 16.979,34	R\$ 197.018,01	
jan/18	R\$ 25.479,57	R\$ 295.373,10	0,69954	R\$ 17.824,08	R\$ 214.842,08	
fev/18	R\$ 26.285,59	R\$ 321.658,69	0,68921	R\$ 18.116,18	R\$ 232.958,27	
mar/18	R\$ 26.088,84	R\$ 347.747,54	0,67902	R\$ 17.714,86	R\$ 250.673,13	
abr/18	R\$ 26.698,90	R\$ 374.446,43	0,66899	R\$ 17.861,18	R\$ 268.534,31	
mai/18	R\$ 27.868,37	R\$ 402.314,80	0,65910	R\$ 18.368,02	R\$ 286.902,33	
jun/18	R\$ 29.568,93	R\$ 431.883,72	0,64936	R\$ 19.200,84	R\$ 306.103,17	
jul/18	R\$ 33.698,86	R\$ 465.582,59	0,63976	R\$ 21.559,27	R\$ 327.662,44	
ago/18	R\$ 36.408,85	R\$ 501.991,44	0,63031	R\$ 22.948,79	R\$ 350.611,22	
set/18	R\$ 33.363,13	R\$ 535.354,58	0,62099	R\$ 20.718,27	R\$ 371.329,50	
out/18	R\$ 32.023,22	R\$ 567.377,79	0,61182	R\$ 19.592,31	R\$ 390.921,80	
nov/18	R\$ 32.941,46	R\$ 600.319,25	0,60277	R\$ 19.856,26	R\$ 410.778,06	
dez/18	R\$ 33.179,76	R\$ 633.499,01	0,59387	R\$ 19.704,34	R\$ 430.482,39	
jan/19	R\$ 34.959,49	R\$ 668.458,50	0,58509	R\$ 20.454,44	R\$ 450.936,83	
fev/19	R\$ 35.722,73	R\$ 704.181,23	0,57644	R\$ 20.592,12	R\$ 471.528,95	
mar/19	R\$ 35.388,86	R\$ 739.570,09	0,56792	R\$ 20.098,19	R\$ 491.627,14	
abr/19	R\$ 36.014,57	R\$ 775.584,66	0,55953	R\$ 20.151,28	R\$ 511.778,42	
mai/19	R\$ 37.394,11	R\$ 812.978,77	0,55126	R\$ 20.613,96	R\$ 532.392,38	
jun/19	R\$ 39.308,04	R\$ 852.286,81	0,54312	R\$ 21.348,81	R\$ 553.741,19	
jul/19	R\$ 44.091,88	R\$ 896.378,68	0,53509	R\$ 23.593,09	R\$ 577.334,28	
ago/19	R\$ 47.179,93	R\$ 943.558,62	0,52718	R\$ 24.872,39	R\$ 602.206,67	
set/19	R\$ 43.464,05	R\$ 987.022,67	0,51939	R\$ 22.574,82	R\$ 624.781,49	
out/19	R\$ 41.770,14	R\$ 1.028.792,81	0,51171	R\$ 21.374,40	R\$ 646.155,90	
nov/19	R\$ 42.003,03	R\$ 1.070.795,83	0,50415	R\$ 21.175,94	R\$ 667.331,83	
dez/19	R\$ 42.166,12	R\$ 1.112.961,95	0,49670	R\$ 20.944,00	R\$ 688.275,84	

Fonte: Elaborado pelos autores

9.8.3 Pay back

O Playback é o tempo decorrido entre o investimento inicial e o momento no qual o lucro líquido acumulado se iguala ao valor desse investimento, o empreendimento obteve seu retorno de capital em 12 meses. Conforme quadro abaixo.

Tabela 09: Pay Back

Pay back simples	12 meses
Pay back descontado	12, meses e 10 dias

Fonte: Elaborado pelos autores

9.8.4 Lucratividade e rentabilidade

A lucratividade que é o retorno do empreendimento, comparado com a receita, foi no primeiro ano R\$ 266.621,73 no segundo ano R\$ 393.125,11, no terceiro ano R\$ 541.106,54 e no quarto ano de R\$ 694.427,83. Conforme quadro em anexo.

Considerando o valor total do lucro líquido ao final de cada ano e o investimento inicial, a rentabilidade da empresa que é o lucro sobre o investimento, foi de 157% no primeiro ano, 232% no segundo ano, 319% no terceiro ano e no ultimo ano 409%

10. PLANO ESTRATÉGICO

10.1 SIM – Sistema integrado de Marketing

Para agregar inovação a empresa é preciso ter um sistema de informação de marketing, muito bem elaborado e fundamentado para descrever quanto ao SIM. Abaixo autores e suas visões:

Segundo Drucker (2001), as empresas têm de ser capazes de inovar, senão os concorrentes vão torná-las obsoletas. O marketing e a inovação são áreas fundamentais para a consecução desse objetivo: é nessas duas áreas que a empresa obtém seus resultados.

Para Rocha Jr, Rinaldi e Rocha (2004) é possível obter conhecimento do mercado, dos clientes e seus hábitos, por meio de mecanismos para captação, atualização e controle das informações, a fim de antecipar-se às mudanças.

Já Kotler (1998) define essa ferramenta da seguinte forma : Sistema de Informações de Marketing consiste de pessoas, equipamentos e procedimentos para coletar, selecionar, analisar, avaliar e distribuir informações de marketing que sejam necessárias, oportunas e precisas para os tomadores de decisões.

Etzel, (2001), definem SIM como um procedimento organizado e contínuo que gera, analisa, dissemina, estoca e recupera informação para ser utilizada em tomadas de decisões sobre o marketing.

O SIM proporciona a organização implementar estratégias antecipadas contra as ameaças do empreendimento a partir das informações coletadas e analisadas, deixando a empresa que está de posse dessas informações um passo a frente dos seus concorrentes. O sistema de informação do marketing além ter sua importância na prevenção de ameaças, proporciona a busca contínua de inovações para suprir os desejos e necessidades dos clientes.

O Prato predileto irá trabalhar o SIM de forma contínua em seu empreendimento, na busca de informações, inovações do mercado de restaurante. Este trabalho será desenvolvido com a colaboração de todos da organização.

10.1.1 Fontes de Informação para o SIM

Para que a utilização do SIM seja benéfica e traga os resultados esperados, as fontes de pesquisas e as pessoas envolvidas nesse trabalho têm que ser confiáveis.

Para Nickels & Wood (1999) o fator crucial é fazer com que todas as pessoas na organização estejam atentas ao tipo de informação necessária para tomar decisões de marketing que irão construir relacionamentos de longo prazo e incentivar as pessoas a contribuir e utilizar os dados do sistema.

O Prato Predileto utilizará o sistema de inteligência de Marketing, que é um conjunto de procedimentos e fontes, utilizado pelo administrador na obtenção de informações diariamente, bem como Banco de dados que é um sistema simples e eficaz para detectar problemas relevantes e oportunidades dentro da empresa.

Os canais de captação de informações será através de fornecedores, clientes, livros, jornais, revistas técnicas, distribuidores, colaboradores, feiras, exposições, seminários e convenções.

De acordo com Nickels & Wood (1999) capacitar e motivar a equipe de vendas: estes profissionais estão em contato direto com clientes e com o mercado, possuindo informações importantes sobre necessidades e exigências do consumidor, ações da concorrência, entre outros; $\frac{3}{4}$ Motivar distribuidores, revendedores, varejistas e demais intermediários, contribuindo para estreitar laços de relacionamento, mantendo um canal aberto para recebimento de informações; $\frac{3}{4}$ Adquirir, por meio de assinatura ou aquisição de relatórios de pesquisa, informações de empresas de pesquisa e consultoria; Manter um canal aberto também com os colaboradores, independente de área de atuação. Estas pessoas muitas vezes possuem experiência em determinadas funções da empresa que podem ser úteis na resolução de um problema ou mesmo em um processo de inovação.

Estes canais demandam tempo para ser analisados e filtrados até chegar ao administrador e com o intuito de diminuir a falta de informações, o que pode gerar grandes prejuízos, a empresa irá motivar capacitar e manter todos colaboradores envolvidos nos objetivos do empreendimento

10.1.2 Pesquisa de Marketing.

Kotler (1998) define pesquisa de marketing como planejamento, coleta, análise e apresentação sistemática de dados e descobertas relevantes sobre uma situação específica de marketing enfrentada por uma empresa.

Para Etzel, Wlaker & Stanton (2001), pesquisa de marketing pode ser definida como o desenvolvimento, a interpretação e a comunicação da informação orientada para a decisão, a ser usada em todas as fases do processo de marketing. Nesse contexto, uma empresa pode fazer uso da pesquisa de marketing para buscar desde informações mercadológicas – preferências gerais dos consumidores, tendências de mercado, etc. – até para avaliar o desempenho de determinado produto ou lançamento.

Com intuito de abranger os conhecimentos e oportunidades de crescimento no mercado de restaurantes, serão efetuadas pesquisas de marketing, pelo Prato Predileto que tem ciência dos custos que podem vir a ser gerados, bem como a eficácia da pesquisa. Para minimizar esses erros serão contratados profissionais da área de pesquisa de marketing capacitados e experientes no ramo de desenvolvimento de pesquisa, bem como todos os processos de elaboração e aplicação da pesquisa terá o acompanhamento do gestor da empresa, para que em nenhum momento a pesquisa se perca em questionamentos e levantamentos de dados relevantes a organização.

10.1.3 Análise de Dados/Informações

Abaixo análise de dados do restaurante Prato Predileto de acordo com as informações citadas acima: Registros internos, Inteligência de marketing e pesquisa de marketing.

Quadro 09: Análise de Dados

Fonte informação	Periodicidade	Pessoa/meio	Grupo	Ação	R\$
Colaboradores da organização	Diariamente	Gerente	Inteligência de marketing	Busca de necessidade e desejos apresentados pelos clientes	R\$ 250,00
Revistas	Bimestral	ERA – Revista de administração de empresa	Inteligência de marketing	Acompanhamento de notícias, informações.	R\$ 50,00
Google Alerta	Semanalmente	Por e-mail	Inteligência de marketing	Alertas quanto ao mercado de restaurantes em todo o mundo.	R\$ 50,00
Software	Diariamente	Gestores	Registros internos	Controle da Swot da empresa	R\$680,00/Ano
Feiras	1 vez/ano	Gestores	Pesquisa de marketing	Análise de mercado, inovações para restaurantes	R\$ 1.091,00
Jornais	Diariamente	Assinatura	Inteligência de marketing	Acompanhamento dos Menus e ofertas dos concorrentes	R\$50,00 Mensal

Fonte: Elaborado pelos autores

10.2 Analisar a Matriz SWOT

A SWOT é uma ferramenta de análise de ambiente interno. O termo SWOT é a sigla do idioma Inglês que significa Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades), Threats (Ameaças) que em português fica FOFA ou FFOA.

A técnica SWOT foi fundamentada por Kenneth Andrews e Roland Christensen com o objetivo de auxiliar a o planejamento estratégico empresarial.

Abaixo caracterização de cada um dos itens que a compõe e citações de autores a respeito de cada uma delas:

10.2.1 Strengths

Força está relacionada às vantagens que a empresa tem em relação aos concorrentes, como por exemplo, preço, qualidade e atendimento.

Para Clavel (2000) a descoberta dos pontos fortes e fracos permite que o exército caia sobre seu inimigo como uma pedra sobre ovos.

10.2.2 Weaknesses

Fraquezas, esta relacionado a fatores que interferem e prejudicam o andamento do negocio, como por exemplo, falta de mão de obra e treinamento.

De acordo com Clavel (2000), as fraquezas representam os pontos negativos existentes na empresa, desde seus controles internos até os valores agregados à marca da empresa. É verdade dizer que existe dificuldade no embasamento das fraquezas, pois as empresas não estão objetivando o reconhecimento das mesmas

10.2.3 Opportunities

Oportunidades relacionadas as forças externas que implicam positivamente na empresa. Essas forças não podem ser controladas, pois são decorrentes de mudanças políticas, econômicas e ampliação do crédito ao consumidor.

Segundo Martins (2007), trata-se de aspectos positivos da instituição inserida com potencial de fazer crescer a sua vantagem competitiva. As oportunidades podem ser abstraídas de diversas características ou situações, como a dinâmica competitiva de mercado em questão, ou de fatores demográficos, econômicos, políticos, tecnológicos, sociais ou legais.

10.2.4 Threats

Ameaça está relacionada a impactos externos que atingem a empresa negativamente e a prejudica de alguma forma, como por exemplo, concorrentes, fornecedores, tributos governamentais e crises.

Por Value Based Management (2007), as forças e fraquezas são fatores internos e Ameaças e oportunidades fatores externos que podem atingir o empreendimento.

Aplica-se a SWOT geralmente durante a elaboração do planejamento estratégico, facilitando a visualização das características que formam a sigla.

A SWOT é desenvolvida a partir da divisão de dois ambientes, o interno é o que está ligado no que internamente pode ser oportuno ou prejudicial dentro da organização, são fatores que podem ser controlados, como sistema operacional e funcionários, e o ambiente externo que são fatores não controláveis que podem afetar a organização, como economia e concorrentes.

O modelo da análise SWOT é realizada a partir de um diagrama conforme abaixo:

Figura 03: Análise SWOT



Fonte: adaptado SILVA, 2009 (Acesso em 15 abril. 2016, às 14:30 h.)

Para fundamentar o planejamento de médio e longo prazo utilizando a SWOT é preciso interpretá-la de forma a unir os componentes da análise interna e externa.

Esse sistema auxilia em diversos aspectos da empresa, como na tomada de decisão, na maximização das oportunidades e minimização das ameaças.

Essa ferramenta proporciona a análise subjetiva das condições da empresa e se faz necessária para o desenvolvimento da estratégia a ser adotada. SWOT é considerado o pilar de sustentação da gestão do negócio.

O Empreendimento em questão compilou a SWOT conforme abaixo:

As forças estão ligadas aos profissionais capacitados para um atendimento de qualidade ao cliente e boa oratória, bem como a localidade do Restaurante que fica na área nobre de Belo Horizonte, mais especificamente no bairro Savassi onde o fluxo de pessoas que se alimenta fora do lar é alto, bem como as varias empresas e escolas em seus arredores.

Uma das fraquezas encontradas é o risco de falhas do sistema online de vendas, impossibilitando o cliente de efetuar seus pedidos, bem como a resistência dos clientes de experimentar o novo, não dando oportunidade para o novo estabelecimento, visto já ter um restaurante que agrada seu paladar.

A oportunidade está na compra de maquinários de alta tecnologia que facilita e agiliza os serviços básicos da cozinha como arroz, feijão, peixes e carne. E o lançamento de novos pratos, no intuito de aguçar o paladar dos clientes, trazendo pratos internacionais e os adaptando ao gosto do cliente.

Uma das ameaças encontradas é a inovações e investimentos dos concorrentes em tecnologia de maquinários, assim como em novos pratos e forma de pagamento. A segunda ameaça está ligada as atribuições de descontos , bem como as tributações governamentais, taxas de cartões de credito.

Abaixo diagrama da analise SWOT do restaurante Prato Predileto:

Quadro 10: Análise Swot do empreendimento.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Profissionais capacitados • Localidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Possíveis falhas no sistema de vendas • Resistência de Clientes
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnologia • Lançamento de novos produtos 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrentes • Tributos

Fonte:Elaborado pelos autores

10.3 Estratégias de posicionamento de mercado

Para estabelecer uma estratégia dentro de uma organização é de suma importância conhecer a fundo as teorias de implementações e em como diversos autores operam de um mesmo tema com visões diferentes rumo a um único objetivo.

Para Moore (2000), pensar estrategicamente adquiriu o status de fator indispensável na condução e gestão das organizações, com fins lucrativos ou não.

Já Porth (2002) o posicionamento no seu meio envolvente, até toda a personalidade, a alma e a razão existencial de uma empresa. É um conceito de grande uso acadêmico e empresarial, dotado de uma grande diversificação e amplitude, que em alguns aspectos é complementar e em outros é divergente.

Segundo Dess (2007) a importância da estratégia reside no fato de se constituir em um conjunto de ações gerenciais que permitem aos gestores de uma empresa mantê-la integrada ao seu meio envolvente e no curso correto de desenvolvimento, possibilitando atingir seus objetivos e sua missão.

O restaurante Prato Predileto, objeto deste trabalho, adotará estratégias voltadas para a necessidade e desejo dos clientes, tarefa esta, difícil de determinar algo sólido, visto que as mudanças são contínuas quase que por momento, bem como

estratégia para manter sua estrutura organizacional e operacional trabalhando de forma conjunta a alcançar as metas desejadas de consumo e satisfação de produtos e serviços a serem oferecidos.

Com base nas teorias apresentadas, o empreendimento Prato Predileto determinou algumas de suas estratégias para se consolidar no mercado, como a oferecer agilidade e comodidade aos clientes no qual será realizada a compra e a implementação de um sistema de vendas on-line, sendo a mesma realizada pelos gestores, a partir da avaliação dos recursos financeiros da empresa.

Para a divulgação utilizará de Folder, internet e mala direta para empresas da região, a mesma será realizada por meio de empresas de marketing , escolhida pelos gestores, após a avaliação dos serviços contratados , bem como os custos financeiros.

Já os fornecedores serão selecionados no mercado, escolhido pelo gerente após avaliar condições de pagamento, prazo de entrega e comodato de produtos não perecíveis.

Para o acompanhamento do mercado de restaurantes no que diz respeito às necessidades dos clientes, o Prato Predileto as novidades propostas por outros estabelecimentos, e em como as mesmas poderão ser sanadas, a partir de pesquisas de campo realizadas pelo gerente do estabelecimento, indagando os clientes e avaliando a concorrência, bem como o acompanhamento do que os concorrentes estão propondo de novo na captação de clientes, as formas de pagamento, serviços oferecidos e apuração destas atividades afetam o empreendimento.

Para uma melhor visualização dos objetivos estratégicos, abaixo quadro;

Quadro 11: Objetivos estratégicos

Estratégia	Objetivo
Sistema on-line	Comodidade ao fazer o pedido
Preços Promocionais	Despertar o Interesse dos Clientes
Fornecedores	Fidelização e qualidade dos produtos
Pratos variados	Despertar o paladar dos clientes
Pesquisa de Mercado	O que fazer melhor que os concorrentes
Clientes	O que fazer de Melhor para atendê-los
Propaganda	Maior visibilidade do restaurante

Fonte: Elaborado pelos autores

O Prato Predileto apresentará como diferenciais pratos rápidos em quantidades menores como as Tapas que vem da culinária espanhola e são petiscos, salgadinhos e até finger foods, servidos em pequenas porções.

São receitas simples e fáceis de ser preparadas e servidas, como, por exemplo, espetinhos, brusquetas, torradas, azeitonas e nachos.

De acordo com dados da última pesquisa de Orçamento Familiar (POF) elaborada pelo IBGE (2014), mais de 1/4 das refeições no Brasil são consumidas fora do lar. Nos grandes centros urbanos passam de 1/3 esses dados são reflexos da correria do dia a dia dos consumidores. Para atender essa demanda o Prato Predileto irá adaptar o prato ao gosto do brasileiro.

10.4 Balanced Scorecard

O Balanced Scorecard surgiu em 1990, por meio de um estudo intitulado “Measuring Performace in the organization of the future”, com o patrocínio da KPMG junto ao instituto Nolan Norton.

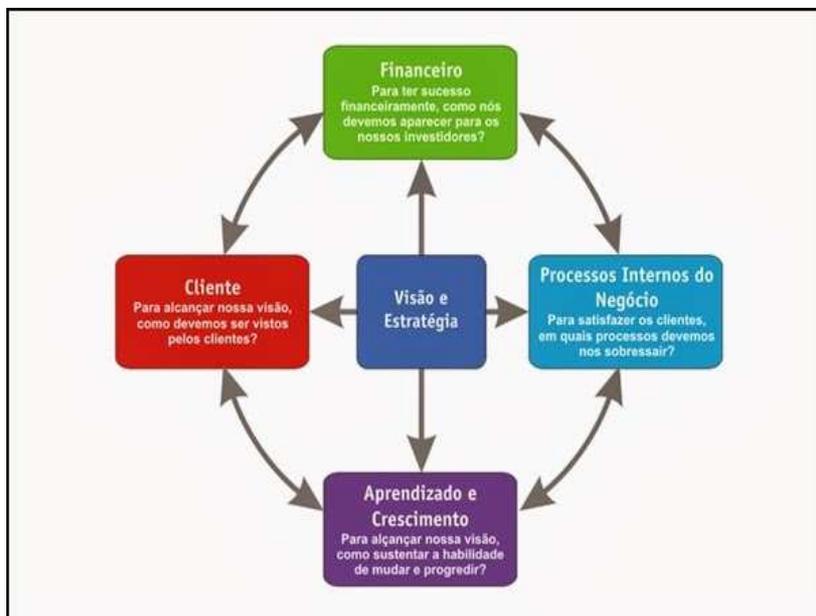
Este trabalho foi realizado por David Norton Executivo da Nolan e Robert Koplán como consultor.

O Conceito BSC revolucionou a forma de gerir as empresas, com indicadores que proporcionam a alta direção e uma compreensão da visão estratégica do negocio.

O Balanced Scorecard está dividido em quatro aspectos que são as finanças que vai permitir um crescimento da receita sustentável e a gestão dos custos, os processos internos que vão buscar excelência de desempenho dos processos, os clientes que serão a participação do mercado e o relacionamento com os clientes, o aprendizado que dará recursos, o clima e motivação, os processos internos será a qualidade de processos e ciclo dos processos, o aprendizado será a capacidade do funcionário.

O quadro abaixo demonstra uma visualização da BSC:

Figura 04: BSC



Fonte: adaptado BEZERRA, 2016 (Acesso em 29/06/2016, às 13:56 h)

Para uma melhor averiguação das estratégias, recursos de implementação, pontos de avaliação e objetivos da estratégia, abaixo o quadro com a apresentação BSC do Prato Predileto.

Quadro 12: BSC do empreendimento.

Índice	Objetivo	Estratégias	Como Fazer	Quem deverá fazer	Recursos
1	Agilizar Pedidos e Pagamentos	Sistema de Venda Online	Compra de Sistema	Gestor	Avaliação financeira da empresa
2	Divulgação	Folders, Internet e mala direta.	Orçamento com Empresas de MKT	Gestor	Precisão dos serviços e situação financeira da empresa
3	Fornecedores	Fornecedores reconhecidos no mercado	Pesquisa de Campo	Gerente	Condições de pagamento, Entrega de Produtos e Comodato.
4	Mercado	Demanda e Necessidades do mercado	Pesquisa de Campo	Gerente	Avaliação da opinião do Cliente E propostas de Mercado
5	Concorrentes	O que o Concorrente está oferecendo	Pesquisa de Campo	Gerente	Avaliar estabelecimento, inovações e novas propostas.
6	Cliente	Aguçar o Paladar com novos pratos	Pesquisa de Campo	Chefe de Cozinha	Apuração de Pratos, regionais, internacionais e adaptações.

Fonte: Elaborado pelos autores

11. PLANO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

11.1 Estrutura, sistemas e características de produção

Foram realizadas pesquisas, referentes aos concorrentes para ser verificado a média em valor dos pratos principais vendidos no empreendimento, assim sendo possível definir qual o melhor valor para os pratos. Abaixo segue a pesquisa realizada: Restaurante Amadeus, onde seu prato principal é medalhões e de filé mignon ao brie. Com funcionamento de 10 às 00h00min onde a média de preço é de R\$ 65,00 por pessoa sendo consumido o prato principal e bebida. Localizado ha um quarteirão, onde será implantado o projeto. Restaurante e Choperia Pinguim têm como prato principal Costela de Cordeiro. Com o horário de funcionamento de 11hrs00min às 01hrs00min, com a média de preço de R\$50,00 por pessoa, sendo consumido o prato principal e a bebida. Restaurante Boi Lurdes, tem como prato principal Filé de Tilapia a moda do chef. O horário de funcionamento de 11hrs00min às 00hrs00min, com a média de preço de R\$60,00 por pessoa, sendo consumido prato principal e bebida. Restaurante Olegário Savassi,tem como prato principal Carré de Cordeiro ao Fettuccine. O horário de funcionamento é de 12hrs00min, com a média de preço de R\$75,00 por pessoa, sendo consumido o prato principal e a bebida.

Quadro 13: Média de valores de pratos dos concorrentes

Concorrentes	Valores dos Pratos (MÉDIA)
Restaurante Amadeus	R\$ 65,00
Restaurante e Choperia Pinguim	R\$ 50,00
Boi Lurdes	R\$ 60,00
Olegário Savassi	R\$ 75,00
Intervalo de Confiança	
IC (-)	R\$43,44
IC (+)	R\$72,81

Fonte: Elaborado pelos autores

Sendo assim fica definido, que o mínimo de preços dos concorrentes está entre R\$ 47,50 e no máximo R\$ 75,00. Essa pesquisa foi realizada assumindo um nível de

confiança de 90%. O preço do empreendimento será definido então entre R\$ 43,44 á R\$ 72,81 com o melhor atendimento possível.

11.2 Planejamento e controle da produção

O planejamento dentro de uma organização é de suma importância para o desenvolvimento das atividades internas e externas, para tanto existe ferramentas que auxiliam as empresas nesse processo. O PCP- Planejamento e Controle de Produção é uma ferramenta usada para a tomada de decisão, sendo seu principal objetivo planejar e controlar os processos de fabricação de mercadorias e recursos para produção, para seu funcionamento é preciso à integração dos sistemas e setores envolvidos na produção como as compras, recursos humanos, vendas e produção.

O PCP facilita o processo produtivo, estando o mesmo no controle das atividades de decisão quanto a recursos de produção, monitorando o material certo, no tempo certo e na quantidade adequada , diminuindo assim a probabilidade de desperdício ou defasagem na produção da empresa. Para representar o PCP do empreendimento em questão abaixo planilha de produção dos 3 principais pratos e as 4 principais bebidas que serão servidas no restaurante e suas descrições , quantidades e valores.

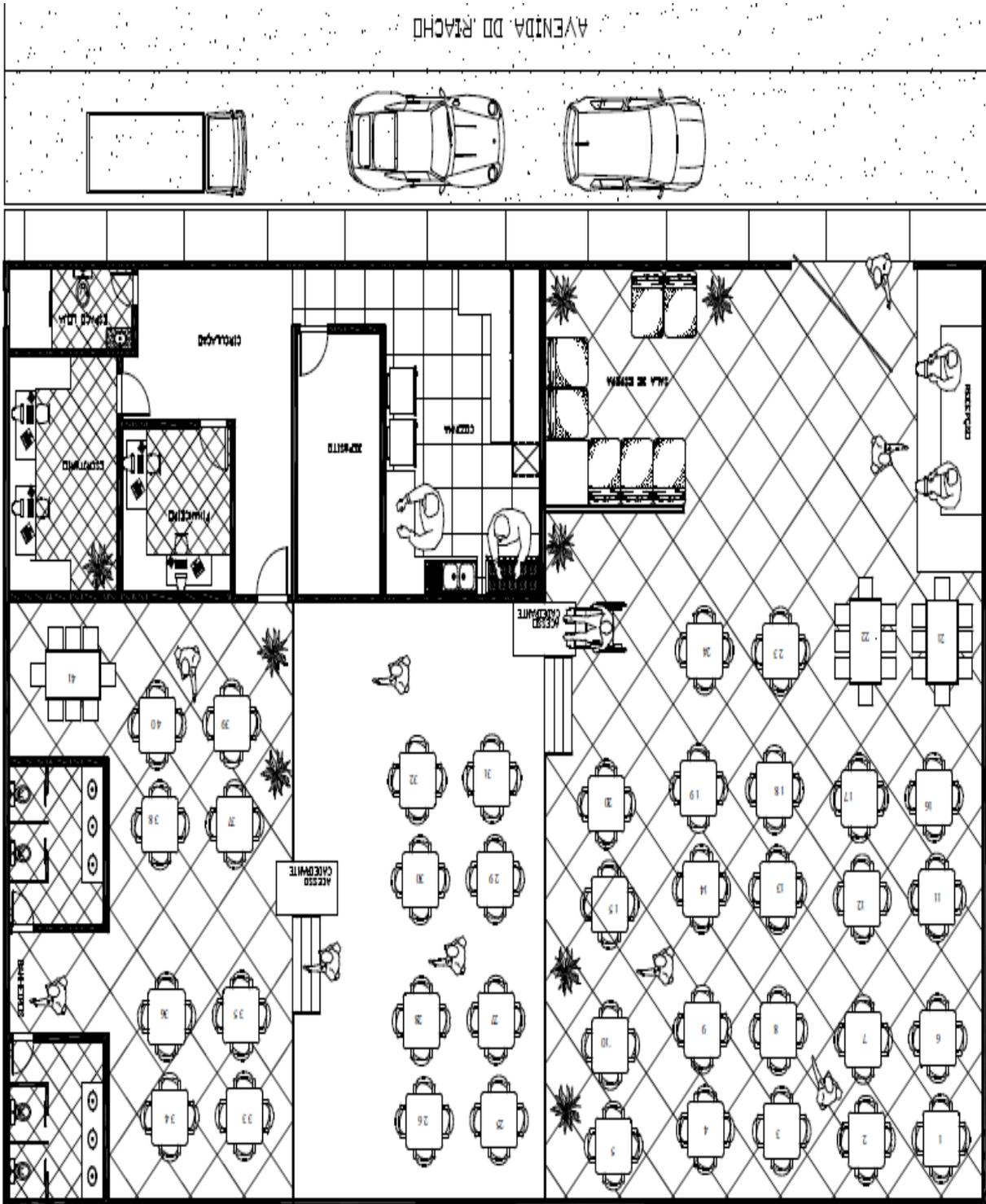
Quadro14: Controle de produção

PRATO PERNIL DE CORDEIRO							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por Prato	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Pernil de Cordeiro	400	Gramas	R\$ 54,00	R\$ 21,60	20	R\$ 12.053,00	R\$ 144.636,00
Hortelã	20	Gramas	R\$ 1,00	R\$ 0,02	20		
Alecrim	20	Gramas	R\$ 1,00	R\$ 0,02	20		
Mostarda	200	ML	R\$ 8,00	R\$ 1,60	20		
Bacon	200	Gramas	R\$ 19,60	R\$ 3,92	20		
Cerveja Preta	300	ML	R\$ 3,24	R\$ 0,97	20		
Batatinhas	500	Gramas	R\$ 2,24	R\$ 1,12	20		
cebola	200	Gramas	R\$ 2,05	R\$ 0,41	20		
Canela	20	Gramas	R\$ 1,00	R\$ 0,02	20		
Azeite	50	ML	R\$ 9,00	R\$ 0,45	20		
TOTAL			R\$ 101,13	R\$ 30,13			
PRATO GALETO							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por Prato	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Galeto	800	Gramas	R\$ 16,00	R\$ 12,80	15	R\$ 3.795,98	R\$ 45.551,70
Mostarda	200	ML	R\$ 8,00	R\$ 1,60	15		
Batatinhas	500	Gramas	R\$ 2,24	R\$ 1,12	15		
cebola	200	Gramas	R\$ 2,05	R\$ 0,41	15		
limão	30	ML	R\$ 1,00	R\$ 0,03	15		
manteiga	80	Gramas	R\$ 4,00	R\$ 0,32	15		
vinagre	20	ML	R\$ 3,80	R\$ 0,08	15		
alho	20	Gramas	R\$ 2,00	R\$ 0,04	15		
Azeite	50	ML	R\$ 9,00	R\$ 0,45	15		
coentro	20	Gramas	R\$ 1,25	R\$ 0,03	15		
TOTAL			R\$ 49,34	R\$ 16,87			
PRATO LOMBO							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por Prato	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Lombo	500	Gramas	R\$ 9,80	R\$ 4,90	25	R\$ 6.062,50	R\$ 72.750,00
Batatinhas	500	Gramas	R\$ 4,48	R\$ 2,24	25		
cebola	200	Gramas	R\$ 2,05	R\$ 0,41	25		
manteiga	80	Gramas	R\$ 4,00	R\$ 0,32	25		
Azeite	50	ML	R\$ 9,00	R\$ 0,45	25		
blueberries	50	Gramas	R\$ 6,00	R\$ 0,30	25		
geleia de Blueberries	60	Gramas	R\$ 18,00	R\$ 1,08	25		
TOTAL			R\$ 53,33	R\$ 9,70			
BEBIDAS							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por dia	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Vinho Alemão Branco Blue Nun Riesling	750	ML	R\$ 39,90	R\$ 319,20	8	R\$ 20.428,80	R\$ 245.145,60
Vinho Alemão Dr Loosen Qualitatswein	750	ML	R\$ 79,00	R\$ 316,00	4	R\$ 5.056,00	R\$ 60.672,00
Refrigerantes	350	ML	R\$ 4,00	R\$ 80,00	20	R\$ 32.000,00	R\$ 384.000,00
sucos naturais	350	ML	R\$ 3,50	R\$ 105,00	30	R\$ 94.500,00	R\$ 1.134.000,00
TOTAL			R\$ 126,40	R\$ 820,20		R\$ 151.984,80	R\$ 1.823.817,60

Fonte: Elaborado pelos autores

11.3 Layout

Figura 05: Layout



Fonte: Elaborado pelos autores

11.4 Listagem de possíveis fornecedores

Viana (2000), destaca a importância da função de compras conceituando a atividade, que significa procurar e providenciar a entrega de materiais , na qualidade especificada e no prazo necessário, a um preço justo, para funcionamento, manutenção ou ampliação da empresa.

No ato de compras, será determinado o que e quanto comprar, pesquisar os fornecedores e verificar sua capacidade técnica, fechamento do pedido, mediante a autorização de fornecimento ou contrato.

Para escolha de fornecedores o Prato Predileto, contará com vários critérios de análise, dentre eles, a qualidade, o preço, a forma de pagamento, a pontualidade de entregas e serviços diferenciados onde os mesmos serão fundamentais para o desenvolvimento e agilidade nos processos do restaurante, após as pesquisas de mercado, os possíveis fornecedores do Prato Predileto serão:

Quadro 15: Listagem de fornecedores.

PRODUTOS	FORNECEDORES	LOCALIZAÇÃO	PEDIDO MIN.	PEDIDO MAX.	FORMA DE PAG.	ENTREGA
COZINHA						
CARNES EM GERAL	GOURMET DA CARNE E BOTIQUE	RUA:VITÓRIO MARÇOLA ,55 ANCHIETABH	NT	NT	BOLETO BANCÁRIO	2 DIAS
CARNES EXÓTICAS	PORCO FELIZ	R:DA CANTAREIRA, 306,SÃO PAULO			BOLETO BANCÁRIO	10 DIAS
PERECÍVEIS	CEASA MINAS	RODOVIA BR-040, KENNEDY	NT	NT	BOLETO BANCÁRIO	4 DIAS
BEBIDAS EM GERAL	AMBEV	VARGEM DAS FLÔRES,2200, CONTAGEM			BOLETO BANCÁRIO	5 DIAS
VINHOS	CASA DO VINHO	AV:BIAS FORTES, 1543	NT	NT	BOLETO BANCÁRIO	6 DIAS
EMBALAGENS E DESCARTÁVEIS	DISTRIBUIDORA TRIÂNGULO	AV DO CONTORNO, SANTA EFIGÊNIA, 2600			BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
PAPEL TOALHA	DISTRIBUIDORA TRIÂNGULO	AV DO CONTORNO, SANTA EFIGÊNIA, 2601	NT	NT	BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
SABONETEIRA	DISTRIBUIDORA TRIÂNGULO	AV DO CONTORNO, SANTA EFIGÊNIA, 2602			BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
SABONETE LIQUIDO	DISTRIBUIDORA TRIÂNGULO	AV DO CONTORNO, SANTA EFIGÊNIA, 2603	NT	NT	BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
FOGÃO INDUSTRIAL	MAGAZINE LUIZA	RUA:CURITIBA BH	R\$ 155,00		BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
LIQUIDIFICADOR	MAGAZINE LUIZA	RUA:CURITIBA BH	R\$ 155,00		BOLETO BANCÁRIO	
GELADEIRA	MAGAZINE LUIZA	RUA:CURITIBA BH	R\$ 155,00		BOLETO BANCÁRIO	
FREEZER	MAGAZINE LUIZA	RUA:CURITIBA BH	R\$ 155,00		BOLETO BANCÁRIO	
PRODUTOS DE LIMPEZA GERAL	IRMÃOS BRANT	RUA TRÊS PONTAS, 805	R\$200, 00		BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
PRODUTOS DE LIMPEZA GERAL	FÊNIX	AV:MIGUEL PERRELA, 570-CASTELO	R\$200, 00		BOLETO BANCÁRIO	
SITE						
ROTEADOR	DELTATRONIC INF	AV.BIAS FORTES,784 LUORDES	NT		BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
WINDOWS + OFFICE	DELTATRONIC INF	AV.BIAS FORTES,784 LUORDES			BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
FIREWAL	DELTATRONIC INF	AV.BIAS FORTES,784 LUORDES			BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
FERRAMENTA BI	DELTATRONIC INF	AV.BIAS FORTES,784 LUORDES		NT	BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
FERRAMENTAS DE PROGRAMA	DELTATRONIC INF	AV.BIAS FORTES,784 LUORDES			BOLETO BANCÁRIO	7 DIAS
ESCRITÓRIO						
PAPEL A4	KALUNGA	RUA :RIO DE JANEIRO,CENTRO BH	R\$150, 00		BOLETO BANCÁRIO	5 DIAS
AGENDA	KALUNGA	RUA :RIO DE JANEIRO,CENTRO BH			BOLETO BANCÁRIO	5 DIAS
GRAMPEADOR	KALUNGA	RUA :RIO DE JANEIRO,CENTRO BH			BOLETO BANCÁRIO	5 DIAS
CARTUCHO	KALUNGA	RUA :RIO DE JANEIRO,CENTRO BH			BOLETO BANCÁRIO	5 DIAS

Fonte: Elaborado pelos autores

11.5 Processo de recebimento e controle de materiais

Afim de aperfeiçoar o recebimento de material, Moura (1998, p.14) esclarece que, com medidas simples de planejamento e controle tais como: mecanizar as operações de descarga, programação dos horários para o recebimento de materiais específicos , planejamento da movimentação da carga diretamente para o ponto de estocagem, dar preferência a materiais que sejam paletizados , planejamentos dos melhores locais de descarga , e evitar o congestionamento de veículos em um determinados dias e horários na portaria.

Os gestores do restaurante Prato Predileto por meio de uma planilha irá cadastrar os fornecedores, sendo classificado por tipo de produto,custo e matéria prima, com datas e agendamentos de entregas para obter um controle de entradas e saídas de mercadorias.

Os materiais entregues na portaria , serão separados e verificados pelo gestor, se há existência ou não do pedido mediante a nota fiscal, e se estão dentro da validade e em perfeitas condições de consumo, e armazenado por categorias específicas em ordem de frios, conservas,etc.

Para manter a qualidade, alguns produtos perecíveis serão feito controle dos pedidos regularmente, estes produtos tais como frutas, verduras, legumes, produtos granjeiros, frutos do mar, terão vigilância específica do gestor da área de preparo. Estes obedecerão os requisitos de qualidade estabelecidos internamente para o cozimento e o consumo pelos clientes, assegurando a qualidade, tempo, estocagem e o preparo dentro dos padrões estabelecidos pela empresa.

Após o processo de recebimento e armazenamento de materiais, será feito pelo chefe de cozinha, a contagem dos perecíveis que será feita diariamente e os não perecíveis mensalmente. Após a conferência e contagem dos materiais, os mesmos serão lançados em planilhas para um controle especificado.

Para atender a demanda de produtos , será feita a partir da coleta de dados, a contagem de vendas de produtos, mantendo inicialmente o estoque baixo para não

obter perdas, e também os gestores terão acesso a um sistema de informação, que enviara uma alerta no estoque para efetuar novos pedidos de compras.

Segundo Dias (1995), a administração de estoques deve minimizar o capital total investido em estoques, pois é oneroso e vinculado ao custo financeiro e isso faz elevar-se continuamente, uma vez que o custo financeiro aumenta.

O objetivo do Prato Predileto é, otimizar o investimento em estoques, incrementando o uso da gestão, visando minimizar as necessidades de capital investimento.

11.6 Indicadores de estoques.

De acordo com Pozo (2007, p.66), o estoque mínimo também pode ser chamado de estoque de segurança que é "uma quantidade mínima de peças que tem que existir no estoque com a função de cobrir possíveis variações do sistema na demanda do produto.

O estoque do Prato Predileto por meio de análise do mercado, será mantida uma média de 400 pratos por dia no restaurante e também será mantido um estoque mínimo até um determinado período que a nova aquisição seja feita, fazendo um controle de estoque e um rigoroso processo de validade analisando que, um estoque de um restaurante é um processo bem delicado, pois a matéria prima são em grande maioria perecíveis.

Para diminuir os conflitos do departamento financeiro com o operacional será feito reuniões toda quinzena de cada mês para saber se é necessário alguns investimentos para melhorias no setor de trabalho, evitando desperdício de matéria – prima

11.7 Ferramentas de T.I aplicáveis ao processo de planejamento e controle da logística e produção

A tecnologia da informação tem como ferramenta capaz de não só de permitir a empresa reduzir seus custos e conferir qualidade a produtos e serviços,mas como

forma de agregar valor ao negócio, através de um melhor conhecimento e atendimento das expectativas dos clientes e a criação de produtos e serviços (KIM, BARUA E WHNSTON, 2002).

O Gartner Group (2000) qualifica CRM como estratégia de negócios voltada ao atendimento e antecipação das necessidades dos clientes atuais e potenciais de uma empresa. A tecnologia a ser utilizada CRM ou (*Customer Relationship Management*) é um termo usado para o gerenciamento do relacionamento com o cliente ou ainda um sistema integrado de gestão com foco no cliente, que reúne vários processos\tarefas de uma forma organizada e integrada.

Ao adotar a estratégia de CRM o objetivo do Prato Predileto é interagir com todos os clientes, conhecendo os seus hábitos, criando eventos, promoções e campanhas direcionadas, tornando o atendimento mais personalizado e assim conseguindo a fidelização do cliente.

ERP (Enterprise Resource Planning ou Sistema Integrado de Gestão Empresarial) facilita o fluxo de informações entre todas as atividades da empresa como fabricação, logística, finanças e recursos humanos.

Um banco de dados único, operando em uma plataforma comum que interage com um conjunto integrado de aplicações, consolidando todas as operações do negócio em um simples ambiente computacional.

O programa de atendimento será o projetado pela Maфра chamado Transolution, é um sistema completo para informatização de bares, restaurantes e casas noturnas e os principais recursos do sistema são, na entrada do restaurante o cliente receberá um cartão na entrada com um número de identificação, a balança que será interligada ao sistema, onde o cliente pesa o prato e o consumo será lançado no cartão eletrônico, o garçom também terá uma comanda eletrônica que enviará o pedido do cliente diretamente para a cozinha, tudo que o cliente consumir estará vinculado ao cartão que obrigatoriamente ele terá que devolver e pagar o consumo antes da saída.

A comanda eletrônica interligada com o Sistema Transolution é compatível com smartfone e tablete Android, possuindo agilidade total no atendimento, seleção de produto, visualização na tela do consumo detalhado da mesa ou do cliente.

Já nas operações administrativas, controla o cadastro de usuários com direitos e restrições de usabilidade e funções, controle de estoque por item de cardápio ou insumos com ficha técnica.

Além do atendimento operacional e o atendimento online, o sistema integrado processará as operações financeiras e administrativas e registro de todas as operações executadas no sistema, garantia nas informações geradas e registradas, permissão para acessar em qualquer lugar, compatível com equipamentos modernos, integração com operação de frente, retaguarda e financeiro, administra vários centro de custo, e estoque, interatividade para gestão de clientes e perfil de consumo.

O custo financeiro para manter o programa Transolution é de R\$ 950,00 o aparelho e R\$ 250,00 o pagamento mensal para locação e um suporte técnico 24 horas para qualquer eventualidade que possa ocorrer.

11.8 Recursos patrimonial e formas de controle do patrimônio

Albrecht (1993) declara que o principal motivo para tornar o serviço à força matriz da empresa é o de criar diante dos concorrentes um fator de diferenciação difícil de igualar.

Os clientes geralmente têm pouco tempo para almoçar e por isso procuram um restaurante próximo ao local de trabalho ou estudo, para sua comodidade. Um dos aspectos mais importantes para o sucesso de Prato Predileto é a localização e o diferencial que serão as reservas online.

Segundo Bolsonaro (1978, p, 17) “A administração de materiais possui em seu objetivo principal assegurar o abastecimento de materiais, necessários para atender aos serviços que a empresa executa em seu exercício”,

No entanto o prato predileto a principio irá investir em conforto e comodidade para a satisfação dos clientes os equipamentos e utensílios . Os materiais serão registrados na junta comercial, tendo o número e o nome do patrimônio, os equipamentos e utensílios serão:

Quadro 16: Recursos patrimoniais.

Utensílios cozinha	Equipamentos do salão
Fogão	Mesas
Chapas	Cadeiras
Forno	Balcões
Geladeira industrial	Balança
Freezer	Caixa registradora
Cortador	Pratos rasos de cerâmicas
Liquidificador	Talheres
Balança c/ capacidade 5 kg	Bandejas de alumínio
Extrator de sucos	Porta canudos
Forno de micro-ondas	Porta guardanapos
Exaustor com coifa	Taças, copos e etc.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Tentando viabilizar o controle dos materiais por meio de uma planilha, será feita um inventario a cada 15 dia de cada mês, e será feito a reposição dos materiais que foram extraviados ou quebrados.

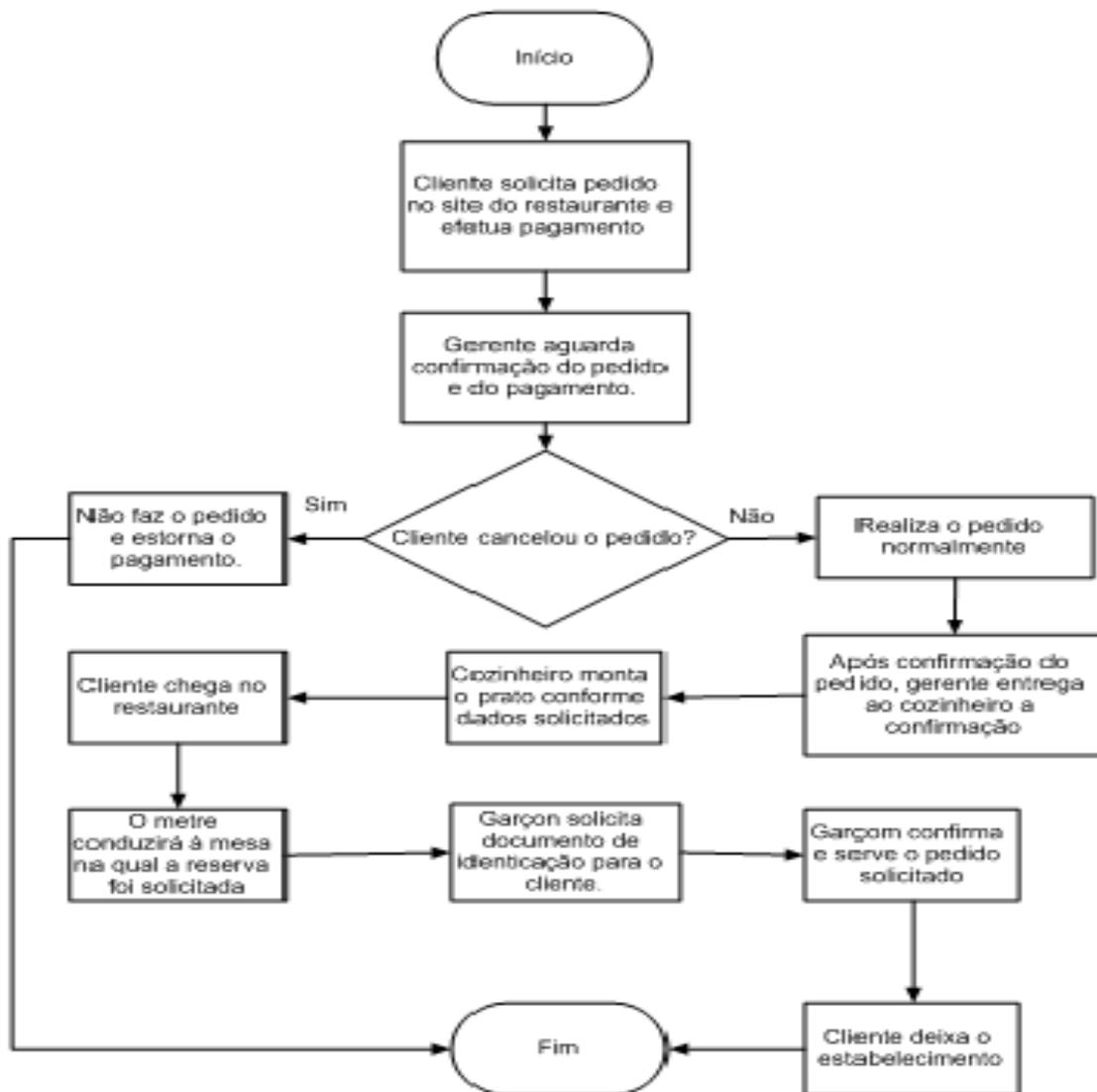
Para um bom atendimento ao cliente, analisamos que é necessário a verificação continua dos processos e serviços.

11.9 Apresentar o fluxograma do processo logístico

E importante saber servir ao cliente, e que as pessoas que estão em sua volta sintam motivadas pelo desafio constante de resolver alguns problemas que possam surgir. No momento de atendimento é importante manter as informações de forma clara e direta, e o diferencial restaurante Prato Predileto é a reserva online, e

baseada nesse diferencial, a programação de atendimento no restaurante será feita da seguinte forma:

Figura 06: Fluxograma processo logístico.



Fonte: Elaborado pelos autores

11.10 Programas de logística reversa, logística verde, marketing verde e sustentabilidade

É importante o gerenciamento do relacionamento com a comunidade vizinha, no sentido de promover o desenvolvimento econômico local, além do fomento da econômica social local.

Também deve contemplar, por parte da empresa socialmente responsável, o fomento do trabalho voluntário de funcionários engajados em projetos comunitários. (NETO; FROES, 2004, p. 199).

Segundo Dallas, a exploração dos recursos naturais expõe o planeta à vulnerabilidade como procede à alteração do clima e, o resultado disso pode ser perca de toda a realização da humanidade.

Mediante as preocupações com o as mudanças climáticas, o país tem vivido uma grande escassez de água, e viabilizando alguns recursos para tentar minimizar o impacto no meio ambiente e na empresa, a princípio será feito a reciclagem do óleo de cozinha, mantendo um contrato com a Recóleo, uma empresa de reaproveitamento de óleo para a produção de sabão e material de limpeza, a empresa colaboradora irá retornar à organização com produtos fabricados, e também por meio de um sistema será feito a coleta de água dos lavatórios para a descarga para eliminação de odores dos vasos e mictórios para que o mesmo sempre permanecerem limpos.

11.11 Processo de atendimento ao cliente e as ferramentas de atendimento

O processo de atendimento ao cliente, e de sua importância, que de acordo com Gérson (1999, p. 3), “custa de cinco a sete vezes mais conseguir um cliente novo do que fazer negócios com um cliente antigo” e para ter clientes satisfeitos à organização deverá ter funcionários qualificados e motivados para cativá-los.

A tecnologia da informação será utilizada para melhor atender ao cliente, proporcionando ao mesmo o auto-atendimento e a comodidade de ter os serviços do restaurante em questão no conforto de sua casa ou em qualquer lugar que julgar preciso e oportuno.

Será abordado quanto o atendimento ao cliente que é de suma importância para qualquer organização, pois é a traves dela que será traçado o sucesso ou a falência da empresa. Para ter um cliente satisfeito é preciso primeiro ter um ambiente interno organizado, alinhamento das estratégias de acordo com a competência dos

funcionários, software para otimização de atendimento ao cliente e a motivação de seus colaboradores.

Ao recepcionar o cliente, o funcionário deverá ser sempre cortês e educado, esse primeiro contato deve deixar o cliente confortável e com a sensação de que ele é especial. O Respeito ao cliente bem como a forma que ele será atendido é determinante em uma empresa, pois manter uma relação de amizade, sinceridade, qualidade no atendimento e no serviço oferecido, fideliza a clientela, de acordo com

Para Medeiros e Hernandez (1999), independente do ramo de atuação, toda organização procura e necessita obter e manter compreensão, harmonia e relações amistosas em suas transações comerciais. Um excelente atendimento ao cliente vai resultar das expectativas do cliente e do serviço/produto prestado pela organização e pelo atendente.

Brown (2001, p. 28) considera que os melhores avanços do atendimento ao cliente, derivam de ouvir o que ele tem a dizer e de suprir suas necessidades e define-o em três estágios de impactos significativos na forma como ela trata o cliente: aquisição de clientes, retenção de clientes e atendimento ao cliente.

Quando uma empresa está na fase de aquisição de clientes, ela tem como enfoque a construção de uma base de consumidores; na fase de retenção, seu enfoque muda para os relacionamentos com os clientes; na última fase, a de atendimento estratégico ao cliente, a empresa seleciona potenciais consumidores que trazem lucro e gera com eles uma relação de dependência empresa-cliente.

O Restaurante Prato Predileto terá a postura de preparar e profissionalizar seus funcionários e respeitar suas necessidades e ver o colaborador como um sócio, de forma que ao recepcionar o cliente o mesmo se sinta único e especial.

Segundo Heskett (2002, p. 229) “para prever a satisfação futura do cliente, é crucial medir a satisfação do funcionário no presente”.

12. PROJEÇÕES DE CUSTOS E FORMAÇÕES DE PREÇO

A contabilidade de custos dentro de uma empresa é um fator preponderante no que se diz respeito a controle de custos, despesas e conseqüentemente na formação de preço a ser comercializado no mercado, assim corresponde a especialidade da contabilidade que trata da gestão econômica de custos. Leone (2000, p. 19-20) define a Contabilidade de Custos como, o ramo da contabilidade que se destina a produzir informações para os diversos níveis gerenciais de uma entidade, como um todo, seus componentes organizacionais (administrativos e operacionais), os produtos e bens que fabrica para si própria e para a venda e os serviços, faturáveis ou não, que realiza.”

12.1 Investimento

Os investimentos são bens adquiridos pela empresa que serão utilizados futuramente para a produção de novos produtos ou que detém vida útil estimada. Sendo assim no empreendimento como investimento terá compra de equipamentos diversos, conforme tabela abaixo.

Tabela 10: Investimentos fixos

INVESTIMENTOS				
EQUIPAMENTOS				
Descrição	FORNECEDOR	VALOR UNITARIO	QUANTIDADE	VALOR TOTAL
FOGÃO A GÁS COM 6 BOCAS, C/ FORNO E CHAPA ACOPLADA	MAGAZINELUIZA	R\$ 1.119,00	1	R\$ 1.119,00
LIQUIDIFICADOR INDUSTRIAL EM INOX C/ 3 LITROS DE CAPACIDADE	MAGAZINELUIZA	R\$ 300,00	2	R\$ 600,00
GELADEIRA INDUSTRIAL EM AÇO INOX COM 6 PORTAS	MAGAZINELUIZA	R\$ 14.000,00	1	R\$ 14.000,00
FREEZER HORIZONTAL COM CAPACIDADE DE 420 LITROS	MAGAZINELUIZA	R\$ 1.000,00	2	R\$ 2.000,00
CORTADOR DE FRIOS	MAGAZINELUIZA	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
FORNO INDUSTRIAL A GÁS 95X95CM FIR110 VENÂNCIO	MAGAZINELUIZA	R\$ 1.499,00	1	R\$ 1.499,00
SISTEMA DE EXAUSTÃO	MAGAZINELUIZA	R\$ 900,00	1	R\$ 900,00
FORNO DE MICROONDAS	MAGAZINELUIZA	R\$ 700,00	2	R\$ 1.400,00
TOTAL				R\$ 22.018,00
EQUIPAMENTOS DE T.I - HARDWARE/SOFTWARE				
Descrição	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MICROS	MAGAZINELUIZA	R\$ 2.000,00	5	R\$ 10.000,00
PALMTOP	LOJAS AMERICANAS	R\$ 500,00	8	R\$ 4.000,00
TOTAL				R\$ 14.000,00
EQUIPAMENTOS DE T.I - HARDWARE/SOFTWARE				
Descrição	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
HOSPEDAGEM COMPLETA DO SITE	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 660,00	R\$ 660,00
ROTEADOR	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
WINDOWS + OFFICE	DELTATRONIC INFORMÁTICA	4	R\$ 1.000,00	R\$ 4.000,00
WINDOWS NT SERVER	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
SQL SERVER 7,0	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
FIREWALL	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
FERRAMENTA BI	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
FERRAMENTAS DESIGNER	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
FERRAMENTAS PROGRAMAÇÃO	DELTATRONIC INFORMÁTICA	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
TOTAL				R\$ 19.160,00
TOTAL				R\$ 55.178,00

Fonte: Elaborado pelos autores

12.1.1 Custos

Os custos do Prato Predileto estão relacionados aos gastos relativos aos recursos empregados na produção de bens ou serviços. Os custos serão identificados como parte de todo o processo de produção para a geração das refeições que serão disponibilizadas no estabelecimento para venda. Este serão classificados em dois subgrupos: Fixos e Variáveis.

Os Custos Fixos são aqueles relacionados à produção que são invariáveis independentes da quantidade produzida, tem um método de alocação lógico e são incorporados com precisão ao produto. Já os Custos Variáveis dependeram diretamente do quanto se produz podendo ser maior ou menor durante os períodos, necessitando de uma apropriação de maneira estimada ou arbitrária. Sendo assim fica definido que os custos fixos do empreendimento serão a mão de obra e o aluguel, já os custos variáveis em gás, água e energia elétrica, conforme tabelas abaixo.

Tabela 11: Custos fixos e Variáveis.

CUSTOS FIXOS			CUSTOS VARIÁVEIS	
QUANT	MAO DE OBRA		MATERIA-PRIMA	
2	Cozinheiro	R\$ 3.990,94	Matéria - Prima	
2	Auxiliares de cozinha	R\$ 3.057,27	TOTAL	R\$ 28.832,00
1	Saladeira	R\$ 1.528,63		
ALUGUEL				
	Aluguel	R\$ 1.500,00		
	TOTAL	R\$ 10.076,85		
CUSTOS DO ESTABELECIMENTO				
	Gás	R\$ 400,00		
	Água	R\$ 150,00		
	Energia Elétrica	R\$ 402,52		
	TOTAL	R\$ 952,52		

Fonte: Elaborado pelos autores

12.1.2 Despesas

As despesas pré-operacionais são aqueles gastos incorridos antes do funcionamento e que não serão diretamente utilizados no processo de

transformação da empresa.

De modo mais objetivo, trata-se de equipamentos que agregaram ao layout da empresa e servirão de suporte ao atendimento ao cliente final ou ainda ao setor administrativo que os utilizarão para seu serviço diário. São itens como computadores, mesas, cadeiras, registro empresarial, etc. A seguir, seguem a relação completa destes gastos.

Tabela 12: Despesas

DESPESAS OPERACIONAIS				
Material de Escritório + Limpeza	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel A4	KALUNGA	4	R\$ 10,90	R\$ 43,60
Agenda	KALUNGA	3	R\$ 9,90	R\$ 29,70
Grampeador	KALUNGA	2	R\$ 8,79	R\$ 17,58
Grampo	KALUNGA	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Furador	KALUNGA	1	R\$ 18,90	R\$ 18,90
Cola	KALUNGA	2	R\$ 5,98	R\$ 11,96
Tesoura	KALUNGA	2	R\$ 7,90	R\$ 15,80
Clips	KALUNGA	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
Caneta Azul	KALUNGA	6	R\$ 0,75	R\$ 4,50
Lápis	KALUNGA	4	R\$ 0,75	R\$ 3,00
Borracha	KALUNGA	3	R\$ 3,00	R\$ 9,00
Pasta para Arquivos	KALUNGA	5	R\$ 4,60	R\$ 23,00
Pasta com Plásticos	KALUNGA	5	R\$ 6,80	R\$ 34,00
Corretivo	KALUNGA	2	R\$ 2,99	R\$ 5,98
Cartucho (Preto e Colorido)	KALUNGA	2	R\$ 41,90	R\$ 83,80
Pen Drive 8 GB	KALUNGA	2	R\$ 24,90	R\$ 49,80
Vassoura	IDEAL GLOBAL	4	R\$ 9,70	R\$ 38,80
Rodo	IDEAL GLOBAL	4	R\$ 16,90	R\$ 67,60
Balde	IDEAL GLOBAL	3	R\$ 17,00	R\$ 51,00
Pano de Chão	IDEAL GLOBAL	4	R\$ 2,77	R\$ 11,08
Papel Higiênico	IDEAL GLOBAL	36	R\$ 0,99	R\$ 35,64
Papel Toalha	IDEAL GLOBAL	72	R\$ 1,47	R\$ 105,84
PRODUTOS DE LIMPEZA	IDEAL GLOBAL	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
TOTAL				R\$ 775,58
Publicidade Inicial	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Criação de Site + Registro		1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Folheto Colorido	ESPAÇO COURRIER	1000	R\$ 0,09	R\$ 90,00
Tabloide		100	R\$ 0,21	R\$ 21,00
Cartão de Visita	GRAFICA EXPANSSIVA	1000	R\$ 0,06	R\$ 60,00
TOTAL				R\$ 2.171,00
Recrutamento e Seleção	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Registro nos órgãos Competentes	CATHO			R\$ 1.500,00
	META CONTABILIDADE			R\$ 800,00
TOTAL				
MOVEIS E EQUIPAMENTOS PARA ESCRITORIO	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FAX	KALUNGA	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
IMPRESSORA	KALUNGA	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
TELEFONE	KALUNGA	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
MESA DE ESCRITÓRIO	RICARDO ELETRO	3	R\$ 250,00	R\$ 750,00
MESA DE REUNIÃO	RICARDO ELETRO	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
ARMÁRIOS	RICARDO ELETRO	4	R\$ 600,00	R\$ 2.400,00
PORTA NF	RICARDO ELETRO	3	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00
TOTAL	KALUNGA			R\$ 7.700,00
UTENSÍLIOS PARA COZINHA	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Descrição				
JOGO DE FACAS	WALL MART	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
BACIAS PLÁSTICAS	WALL MART	10	R\$ 6,00	R\$ 60,00
BACIAS PARA LEGUMES	WALL MART	10	R\$ 1,50	R\$ 15,00
FRIGIDEIRAS	WALL MART	5	R\$ 15,00	R\$ 75,00
ASSADEIRAS	WALL MART	10	R\$ 12,00	R\$ 120,00
PANELAS DIVERSAS CAPACIDADES	WALL MART	10	R\$ 65,00	R\$ 650,00
PANELAS DE PRESSÃO	WALL MART	2	R\$ 385,00	R\$ 770,00
PANELAS DE ALUMINIO REFORÇADO	WALL MART	5	R\$ 45,00	R\$ 225,00
PENEIRAS	WALL MART	2	R\$ 9,00	R\$ 18,00
ABRIDORES DE LATA	WALL MART	5	R\$ 1,70	R\$ 8,50
SACA ROLHAS	WALL MART	2	R\$ 7,00	R\$ 14,00
ESPÁTULAS	WALL MART	3	R\$ 8,00	R\$ 24,00
GARFOS	WALL MART	2	R\$ 7,00	R\$ 14,00
RALADOR DE QUEIJO	WALL MART	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
TOTAL				R\$ 2.078,50

UTENSÍLIOS PARA O SALÃO DE REFEIÇÕES				
Descrição	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PRATOS	AMERICANAS	220	R\$ 3,50	R\$ 770,00
PRATOS PARA SOBREMESA	AMERICANAS	220	R\$ 5,50	R\$ 1.210,00
PARES DE TALHERES (GARFO E FACA)	AMERICANAS	220	R\$ 7,00	R\$ 1.540,00
GARFOS DE SOBREMESA	AMERICANAS	130	R\$ 1,80	R\$ 234,00
FACAS DE SOBREMESA	AMERICANAS	130	R\$ 2,50	R\$ 325,00
COLHERES DE SOBREMESA	AMERICANAS	130	R\$ 1,80	R\$ 234,00
COLHERES DE SOPA	AMERICANAS	90	R\$ 2,00	R\$ 180,00
XÍCARAS DE CAFÉ	AMERICANAS	90	R\$ 3,80	R\$ 342,00
COLHERES DE CAFEZINHO	AMERICANAS	90	R\$ 1,00	R\$ 90,00
ESPÁTULAS PARA SORVETE	AMERICANAS	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
TAÇAS PARA SORVETE	AMERICANAS	80	R\$ 2,00	R\$ 160,00
COPOS DE ÁGUA	AMERICANAS	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
COPOS DE SUÇO	AMERICANAS	80	R\$ 0,90	R\$ 72,00
COPOS (BEBIDAS ALCOOLICAS)	AMERICANAS	80	R\$ 0,90	R\$ 72,00
PALITEIROS / SALEIROS	AMERICANAS	55	R\$ 10,50	R\$ 577,50
CINZEIROS	AMERICANAS	55	R\$ 0,55	R\$ 30,25
BANDEIJAS	AMERICANAS	6	R\$ 20,00	R\$ 120,00
TAÇAS PARA DOCES	AMERICANAS	10	R\$ 7,50	R\$ 75,00
CESTAS DE LIXO	AMERICANAS	4	R\$ 13,00	R\$ 52,00
TOTAL				R\$ 6.348,75
MOVEIS/ UTENSÍLIOS PARA O SALÃO DE REFEIÇÕES				
Descrição	FORNECEDOR	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PIAS	RICARDO ELETRO	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
BANCADA	RICARDO ELETRO	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
MESA DE APOIO	RICARDO ELETRO	2	R\$ 110,00	R\$ 220,00
LIXEIRA	RICARDO ELETRO	6	R\$ 60,00	R\$ 360,00
PRATELEIRA	RICARDO ELETRO	6	R\$ 70,00	R\$ 420,00
ARMÁRIO	RICARDO ELETRO	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
MESAS	RICARDO ELETRO	43	R\$ 180,00	R\$ 7.740,00
CADEIRAS	RICARDO ELETRO	172	R\$ 55,00	R\$ 9.460,00
CAIXA REGISTRADORA	RICARDO ELETRO	2	R\$ 1.700,00	R\$ 3.400,00
BALÇÃO PARA CAIXA REGISTRADORA	RICARDO ELETRO	1	R\$ 650,00	R\$ 650,00
CADEIRAS PARA CRIANÇAS	RICARDO ELETRO	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00
TOTAL				R\$ 24.000,00
TOTAL DE DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS				R\$ 43.073,83

Fonte: Elaborado pelos autores

12.1.3 Despesas fixas

As despesas fixas são aquelas que independente do que ocorrer na produção e venda da empresa em um dado período serão invariáveis, ou seja, se mantém sempre inalteradas, abaixo tabela com exemplificação das despesas fixas do Prato Predileto.

Tabela 13: Despesas fixas

DESPESAS	
DESPESAS FIXAS	
DESPESAS	
Caixa	R\$ 1.625,84
Auxiliar de Caixa	R\$ 1.518,10
Garçons	R\$ 1.279,32
Faxineira	R\$ 1.440,44
Auxiliar Geral	R\$ 1.262,68
Repositor	R\$ 1.275,10
Maitrê	R\$ 1.835,76
Aluguel	
Pró Labore	R\$ 2.364,00
Honorário Contábil	R\$ 788,00
Taxa de Manutenção de Maquinas de Cartão	R\$ 220,00
MATERIAL DE ESCRITÓRIO + LIMPEZA	
PANO DE CHÃO LIMPPANO PACOTE C/2	R\$ 14,70
PAPEL HIGIENICO ROLÃO INOVATTA ECO 300M CX C/10	R\$ 76,00
PAPEL TOALHA INTERFOLHADO INOVATTA 12.000 FOLHAS FOLHA DUPLA SANTHER-CX C/8	R\$ 225,00
DETERGENTE LIQUIDO LIMPOL 5L	R\$ 33,80
DESINFETANTE ZUPPI 5L	R\$ 25,80
ESPONJA DUPLA SCOTCH BRITE 3M PACOTE C/3	R\$ 8,78
PACOTE DE PAPEL A4 500 FOLHAS -CHAMEX	R\$ 54,50
PUBLICIDADE MENSAL	
Folheto	R\$ 60,00
Cartão de Visita	R\$ 22,50
Manutenção de Site	R\$ 500,00
TOTAL	R\$ 14.630,31

Fonte: Elaborado pelos autores

12.1.4 Despesas Variáveis

As despesas variáveis dependem diretamente da movimentação financeira da empresa pois estas são ligadas ao volume ocorrido de vendas em um dado período, conforme descrito na tabela abaixo.

Tabela 14: Despesas Variáveis.

DESPESAS VARIÁVEIS		
Energia Elétrica	R\$	174,35
TAXA DE 3,5 % BANCÁRIO (60% DAS VENDAS NO CARTÃO)	R\$	1.355,97
SIMPLES NACIONAL (IMPOSTO)	R\$	4.416,57
TOTAL	R\$	5.946,89

Fonte: Elaborado pelos autores

12.2 Definir o método de rateio dos custos

Alguns dos gastos serão classificados tanto como custos quanto como despesas, vai depender de como serão utilizados dentro do fluxo de produção da empresa, por exemplo, o aluguel deverá ser considerado como custo pois estará sendo destinado a produção dos produtos e como despesas por estar sendo destinado ao escritório administrativo.

Para que se possam encontrar os custos corretos de cada produto e assim ser mais competitivo dentro do mercado, será definido como método de alocação desses gastos o rateio. Para o rateio da energia elétrica utilizou-se o consumo médio de cada produto, considerando seu consumo total no mês, o cálculo foi obtido, conforme disponibilizado pela CEMIG, é o produto da potência do produto em Watts, tempo de utilização por dia, quantidade de dias que será utilizado dividido por mil.

È observado ainda a alocação dos produtos por setor, onde definirá se trata de um custo ou uma despesa. Os itens calculados e o rateio são demonstrados a seguir.

Tabela 15: Método de rateio dos custos.

CONSUMO DE ENERGIA DOS APARELHOS ELÉTRICOS						
APARELHOS ELÉTRICOS	POTÊNCIA WATTS	DIAS ESTIMADOS USO/MÊS	Média Utilização/Dia	CONSUMO MEDIO/ MENSAL	QUANTIDADE DE ITENS	CONSUMO TOTAL KWS
DESPESAS						
FAX	1400	26	8	208	1	208
IMPRESSORA	180	26	8	37,44	2	74,88
LÂMPADA FLUORESCENTE COMPACTA - 11W	11	26	8	2,288	4	9,152
VENTILADOR DE TETO	120	26	8	24,96	1	24,96
TOTAL						316,992
CUSTOS						
FRITADEIRA ELÉTRICA COM 2 CESTOS	65	26	0,16	0,2704	1	0,2704
LIQUIDIFICADOR INDUSTRIAL EM INOX C/ 3 LITROS DE CAPACIDADE	170	26	8	35,36	1	35,36
GELADEIRA INDUSTRIAL EM AÇO INOX COM 6 PORTAS	1200	26	0,33	10,296	2	20,592
FREEZER HORIZONTAL COM CAPACIDADE DE 420 LITROS	130	30	24	93,6	5	468
CORTADOR DE FRIOS	90	30	24	64,8	2	129,6
BALANÇA PARA COZINHA C/ CAPACIDADE P/ 10KG	300	26	2	15,6	2	31,2
SISTEMA DE EXAUSTÃO	420	26	2	21,84	1	21,84
FORNO DE MICROONDAS	120	26	8	24,96	1	24,96
LÂMPADA FLUORESCENTE COMPACTA - 11W	11	26	8	2,288	4	9,152
TOTAL						740,9744
CONSUMO MENSAL (R\$)						
	VALOR	TOTAL				
ATE 30 KWS	0,22274587	R\$	6,68			
DE 31 A 100 KWS	0,38186089	R\$	26,73			
A PARTIR DE 101 KWS	0,57278376	R\$	548,71			
TOTAL		R\$	582,12			
ENERGIA ELÉTRICA						
	EM %	EM REAIS				
DESPESAS	30%	R\$	174,42			
CUSTOS	70%	R\$	407,70			

12.3 Custo do produto e serviço

Os custos do produto foram apurados considerando a matéria-prima utilizada por cada, sendo exemplificada a seguir:

Tabela 16: Custo do produto e serviço.

PRATO PERNIL DE CORDEIRO							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por Prato	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Pernil de Cordeiro	400	Gramas	R\$ 54,00	R\$ 21,60	20	R\$ 12.053,00	R\$ 144.636,00
Hortelã	20	Gramas	R\$ 1,00	R\$ 0,02	20		
Alecrim	20	Gramas	R\$ 1,00	R\$ 0,02	20		
Mostarda	200	ML	R\$ 8,00	R\$ 1,60	20		
Bacon	200	Gramas	R\$ 19,60	R\$ 3,92	20		
Cerveja Preta	300	ML	R\$ 3,24	R\$ 0,97	20		
Batatinhas	500	Gramas	R\$ 2,24	R\$ 1,12	20		
cebola	200	Gramas	R\$ 2,05	R\$ 0,41	20		
Canela	20	Gramas	R\$ 1,00	R\$ 0,02	20		
Azeite	50	ML	R\$ 9,00	R\$ 0,45	20		
TOTAL			R\$ 101,13	R\$ 30,13			
PRATO GALETO							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por Prato	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Galeto	800	Gramas	R\$ 16,00	R\$ 12,80	15	R\$ 3.795,98	R\$ 45.551,70
Mostarda	200	ML	R\$ 8,00	R\$ 1,60	15		
Batatinhas	500	Gramas	R\$ 2,24	R\$ 1,12	15		
cebola	200	Gramas	R\$ 2,05	R\$ 0,41	15		
limão	30	ML	R\$ 1,00	R\$ 0,03	15		
manteiga	80	Gramas	R\$ 4,00	R\$ 0,32	15		
vinagre	20	ML	R\$ 3,80	R\$ 0,08	15		
alho	20	Gramas	R\$ 2,00	R\$ 0,04	15		
Azeite	50	ML	R\$ 9,00	R\$ 0,45	15		
coentro	20	Gramas	R\$ 1,25	R\$ 0,03	15		
TOTAL			R\$ 49,34	R\$ 16,87			
PRATO LOMBO							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por Prato	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Lombo	500	Gramas	R\$ 9,80	R\$ 4,90	25	R\$ 6.062,50	R\$ 72.750,00
Batatinhas	500	Gramas	R\$ 4,48	R\$ 2,24	25		
cebola	200	Gramas	R\$ 2,05	R\$ 0,41	25		
manteiga	80	Gramas	R\$ 4,00	R\$ 0,32	25		
Azeite	50	ML	R\$ 9,00	R\$ 0,45	25		
blueberries	50	Gramas	R\$ 6,00	R\$ 0,30	25		
geleia de Blueberries	60	Gramas	R\$ 18,00	R\$ 1,08	25		
TOTAL			R\$ 53,33	R\$ 9,70			
BEBIDAS							
Ingredientes	Quantidades	Medidas	Preço médio KG/LT/GR	Valor Por dia	Quant. vendida / dia	Valor Mensal	Valor Anual
Vinho Alemão Branco Blue Nun Riesling	750	ML	R\$ 39,90	R\$ 319,20	8	R\$ 20.428,80	R\$ 245.145,60
Vinho Alemão Dr Loosen Qualitätswein	750	ML	R\$ 79,00	R\$ 316,00	4	R\$ 5.056,00	R\$ 60.672,00
Refrigerantes	350	ML	R\$ 4,00	R\$ 80,00	20	R\$ 32.000,00	R\$ 384.000,00
sucos naturais	350	ML	R\$ 3,50	R\$ 105,00	30	R\$ 94.500,00	R\$ 1.134.000,00
TOTAL			R\$ 126,40	R\$ 820,20		R\$ 151.984,80	R\$ 1.823.817,60

12.4 Definir preço de venda

Para se definir o preço de venda do restaurante, levaram-se em consideração os concorrentes, onde, foi realizada uma pesquisa de campo, os preços dos pratos foram formados de acordo com as médias dos preços praticados pelos concorrentes. Sendo assim fica definido, que o mínimo de preços dos concorrentes está entre R\$ 47,50 e no máximo R\$ 75,00.

12.5 Definição da margem de contribuição

A margem de contribuição é o montante que resta do preço de venda de um produto depois da dedução de seus custos e despesas variáveis. Representa a parcela excedente dos custos e das despesas gerados pelos produtos.

A empresa só começa a ter lucro quando a margem de contribuição dos produtos vendidos supera os custos e despesas fixos.

12.6 Definição do ponto de equilíbrio

Conhecer a técnica de cálculo do ponto de equilíbrio permite simular os efeitos das decisões a serem tomadas sobre a redução ou aumento de atividades, preços, custos, etc.

O ponto de equilíbrio nada mais é do que uma situação em que a empresa não apresenta lucro nem prejuízo. Essa situação é obtida quando se atinge um nível de vendas o qual as receitas geradas são suficientes apenas para cobrir os custos e as despesas.

Segue abaixo demonstração do ponto de equilíbrio do empreendimento:

Tabela 17: Ponto de equilíbrio.

PONTO DE EQUILIBRIO						
Produto	Quant	Custo	Total custo	Preço venda	Total	MC
Refrigerante	20	R\$ 2,50	R\$ 50,00	R\$ 3,90	R\$ 78,00	R\$ 28,00
Suco	30	R\$ 2,00	R\$ 60,00	R\$ 4,00	R\$ 120,00	R\$ 60,00
Pernil de Cordeiro	20	R\$ 30,13	R\$ 602,60	R\$ 35,00	R\$ 700,00	R\$ 97,40
Lombo	25	R\$ 9,70	R\$ 242,50	R\$ 35,00	R\$ 875,00	R\$ 632,50
Galeto	15	R\$ 16,87	R\$ 253,05	R\$ 35,00	R\$ 525,00	R\$ 271,95
Total	110	R\$ 61,20	R\$ 1.208,15	R\$ 112,90	R\$ 2.298,00	R\$ 1.089,85

13. CONCLUSÃO

O Prato Predileto foi projetado a partir de um sonho dos sócios que teoricamente vem se finalizar nesse período.

O trabalho de pensar em um empreendimento inovador, que sairá do padrão, proporcionando qualidade e comodidade ao cliente, foi possível, por meio de desenvolvimento de estudos e pesquisas, embasados em teorias e nos ensinamentos de nossos mestres professores.

O material absorvido, foi implementado de forma intrínseca no trabalho, abordando de forma coerente todos os temas de modo a agregar conhecimento e viabilidade do negócio.

A importância de se entender todos os departamentos e como coordená-los é um processo árduo, porém gratificante, ao mensurar o resultado positivo do que está sendo proposto.

O empreendimento abordado, tratou minuciosamente de todas as áreas a serem desenvolvidas dentro da empresa, mostrando de forma aprofundada questões financeiras e econômicas, bem como os estudos do macro e microambiente, que se analisados de forma correta proporciona opções de tomadas de decisões que podem ampliar a empresa e desenvolvê-la de forma mais norteada.

Todo o estudo no tange ao desenvolvimento de pessoal e aos processos de distribuição, assim como o investimento em sustentabilidade, traz uma nova perspectiva de negócio. Abordando de maneira inteligente a cada área no intuito de estar à frente dos concorrentes e de acordo com a visão aqui estabelecida.

Assim conclui-se que o negócio aqui apresentado é um empreendimento viável a quem queira investir, pois o mesmo foi construído, diante de um mercado que necessita desse tipo de serviço e atendimento, bem como a tecnologia nela implantada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Editora Futura, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Ed. Atlas, 2010. 5ª edição.

KOTLER, P; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing. 7 ed.** Rio de Janeiro: Prentice Hal do Brasil, 1998.

KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing. 14. ed.** São Paulo: Pearson Education, 2012.

<http://www.sebraemercados.com.br/fitness-oportunidades-e-competitividade-no-avanco-do-mercado/> disponível em 21 de Maio de 2016 às 00:23h.

<http://alimentacaoforadolar.com.br/faturamento-do-setor/> disponível em 11 de Maio de 2015 às 00:40h.

<http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/3592-26062015-alto-consumo-com-alimentacao-fora-do-lar-beneficia-franquias-do-setor.html> disponível em 19 de Maio de 2016 às 23:17h.

<http://mt4.markets.com/pt/education/fundamental-analysis/main-economic-indicators.html> disponível em 19 de Maio de 2016 às 23:29h.

MERCADO LIVRE Materiais de construção <http://lista.mercadolivre.com.br/caixa-dagua-5000-litros> disponível em 06 de janeiro de 2015 às 14:00h.