

**INSTITUTO FEDERAL**  
**SÃO PAULO**  
Campus Presidente Epitácio

JHULIENE SOUZA RODRIGUES  
LANA FRANCIS BALARIN MARTINS  
LAURA CHUBA MACHADO ROLNICHE  
LETICIA DA SILVA VIEIRA  
LUCCA SILVA CRUZ  
PRISCILA LEONCIO DE SOUZA



JHULIENE SOUZA RODRIGUES  
LANA FRANCIS BALARIN MARTINS  
LAURA CHUBA MACHADO ROLNICHE  
LETICIA DA SILVA VIEIRA  
LUCCA SILVA CRUZ  
PRISCILA LEONCIO DE SOUZA



Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Coordenadoria do Curso  
de Administração do Instituto Federal  
de Educação, Ciência e Tecnologia de  
São Paulo (IFSP), como requisito  
parcial à obtenção do título de Técnico  
em Administração.

Orientador: Professor Me. Douglas  
Fernando dos Santos Godoy.

JHULIENE SOUZA RODRIGUES  
LANA FRANCIS BALARIN MARTINS  
LAURA CHUBA MACHADO ROLNICHE  
LETICIA DA SILVA VIEIRA  
LUCCA SILVA CRUZ  
PRISCILA LEONCIO DE SOUZA

## **RESTAURANTE BELLA ITÁLIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenadoria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientador: Professor Me. Douglas Fernando dos Santos Godoy.

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Douglas Fernando dos Santos Godoy

---

Marcelo Roberto Zorzan

---

Ricardo Machado

Presidente Epitácio, 22/06/2016

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, que nos deu forças todas as vezes que pensamos em desistir; aos nossos pais e entes queridos que nos apoiaram sempre que nos viram em momentos de fraquezas; ao nosso orientador e a todos os membros e estrutura do Instituto Federal de São Paulo que nos permitiu a conclusão deste curso.

*“Chi va piano, va sano e va lontano.”*  
 (“quem vai devagar, com calma e tranquilidade, vai longe”.) – Provérbio Italiano.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pratos.....	51
Figura 2 - Cardápio (Página Inicial).....	53
Figura 3 - Cardápio (Massas).....	54
Figura 4 - Cardápio (Molhos e Risotos).....	55
Figura 5 - Cardápio (Porções).....	56
Figura 6 - Cardápio (Acompanhamentos, Combos e Sobremesas).....	57
Figura 7 - Cardápio (Bebidas).....	58
Figura 8 - Fachada.....	64
Figura 9 - Recepção 1.....	65
Figura 10 - Recepção 2.....	65
Figura 11 - Balcão de Pedidos.....	66
Figura 12 - Espaço Infantil.....	66
Figura 13 - Área das Mesas.....	67
Figura 14 - Fraldário e Entrada dos Banheiros.....	67
Figura 15 - Banheiro 1.....	67
Figura 16 - Banheiro 2 (Para Portadores de Necessidades Especiais).....	68
Figura 17 - Entrada da Cozinha.....	68
Figura 18 - Cozinha 1.....	68
Figura 19 - Cozinha 2.....	69
Figura 20 - Cozinha 3.....	69
Figura 21 - Cozinha 4.....	69
Figura 22 - Banheiro dos Funcionários.....	70
Figura 23 - Fluxo de Processos Organizacionais do Bella Itália.....	71
Figura 24 - Processo Operacional: Funcionamento do Sistema.....	72

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Gênero dos Entrevistados.....	18
Gráfico 2 -	Faixa Etária dos Entrevistados.....	18
Gráfico 3 -	Nível de Escolaridade dos Entrevistados.....	19
Gráfico 4 -	Renda Mensal dos Entrevistados.....	20
Gráfico 5 -	Quantidade de Entrevistados que se Alimentam Fora de Casa.....	21
Gráfico 6 -	Você Costuma se Alimentar Fora de Casa em Qual Horário?.....	22
Gráfico 7 -	Frequência de Consumo dos Entrevistados.....	23
Gráfico 8 -	Refeições Preferidas dos Entrevistados.....	24
Gráfico 9 -	Preferência de Compra dos Entrevistados.....	25
Gráfico 10 -	Aspectos Importantes do Estabelecimento Segundo os Entrevistados.....	26
Gráfico 11 -	Forma de Pagamento dos Entrevistados.....	27
Gráfico 12 -	Como os Consumidores Costumam se Informar?.....	28
Gráfico 13 -	Entrevistados que Frequentariam o Restaurante.....	29
Gráfico 14 -	Consumo de Refeições.....	30
Gráfico 15 -	Preferência de Bebida dos Entrevistados.....	31
Gráfico 16 -	Preferência de Música dos Entrevistados.....	32
Gráfico 17 -	Acompanhantes dos Entrevistados.....	33
Gráfico 18 -	Onde deve ser Instalado o Restaurante?.....	34

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Questionário Pós-Consumo Para os Clientes.....	62
---	----

# SUMÁRIO

<b>1. SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....	11
1.1 – INTRODUÇÃO .....	11
1.2 – DADOS DOS EMPREENDEDORES, ATRIBUIÇÕES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL .....	13
1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO .....	14
1.4 – MISSÃO DA EMPRESA .....	14
1.5 – VISÃO DA EMPRESA .....	14
1.6 – VALORES DA EMPRESA .....	15
1.7 – SETOR DE ATIVIDADE .....	15
1.8 – FORMA JURÍDICA .....	15
1.9 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO .....	15
1.10 - CAPITAL SOCIAL .....	15
1.11 – FONTE DE RECURSOS .....	16
<b>2. ANÁLISE DE MERCADO</b> .....	17
2.1 - ESTUDOS DOS CLIENTES .....	17
2.2 – ESTUDO DOS CONCORRENTES .....	35
2.3 – ESTUDO DOS FORNECEDORES .....	38
<b>3. PLANO DE MARKETING</b> .....	51
3.1 – DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS .....	51
3.2 – PREÇO .....	52
3.4 – ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO .....	62
3.5 – LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO .....	63
<b>4. PLANO OPERACIONAL</b> .....	64
4.1 – LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO .....	64
4.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA E DE ATENDIMENTO .....	70
4.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS .....	71
4.4 – NECESSIDADE DE PESSOAL .....	72
<b>5. PLANO FINANCEIRO</b> .....	73
5.1 – ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS .....	73
5.2 – CAPITAL DE GIRO .....	75
5.3 – INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS .....	80
5.4 – INVESTIMENTO TOTAL .....	81
5.5 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA .....	81

5.6 – ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES .....	86
5.7 – ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO.....	86
5.8 – APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS.....	86
5.9 – ESTIMATIVAS DE CUSTOS DE MÃO DE OBRA .....	92
5.10 – ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO .....	92
5.11 – ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS .....	93
5.12 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS .....	93
5.13 – INDICADORES DE VIABILIDADE .....	94
5.13.1 – Ponto de equilíbrio .....	94
5.13.2 – Lucratividade.....	95
5.13.3 – Rentabilidade.....	95
5.13.4 – Prazo de Retorno do Investimento.....	96
<b>6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS .....</b>	<b>97</b>
<b>7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....</b>	<b>98</b>
7.1 – MATRIZ SWOT (F.O.F.A.).....	98
<b>8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....</b>	<b>101</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>102</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>104</b>



## 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Neste tópico, serão expostas informações referentes ao projeto em questão, de modo que faça uma análise de seu setor em nível nacional e nas proximidades de onde será aberto este empreendimento.

### 1.1– INTRODUÇÃO

Atualmente, no Brasil, tornou-se um hábito alimentar-se fora de casa. As pessoas possuem rotinas de trabalho carregadas, inclusive as mulheres, e isso, muitas vezes, não permite que elas possam preparar seu próprio alimento. Ao consumir produtos dos mais diversos restaurantes existentes no mercado, as pessoas acabam economizando tempo, o que lhes gera maior disponibilidade para outras atividades laborais e mesmo de entretenimento. No setor de serviços alimentícios, os brasileiros gastam, em média, 33% dos seus salários com alimentos e bebidas, movimentando anualmente cerca de R\$300 bilhões, sendo que este número tende a crescer nos próximos anos (GOUVEA, 2015).

Enquanto algumas pessoas têm a necessidade de se alimentar fora de casa, outras associam isso ao prazer de uma boa alimentação, justificando o fato de as classes A e B consumirem mais fora do lar e apresentarem expectativas elevadas para aqueles que estão participando do ramo alimentício. Em qualquer tipo de estabelecimento, é necessário mostrar para os clientes as qualidades dos serviços e demonstrar a excelência naquilo que se faz. O mesmo ocorre nos restaurantes, em que a sua missão é oferecer uma gastronomia adequada ao gosto do consumidor.

A culinária italiana é uma das mais ricas e apreciadas no mundo. A diversidade de sua cozinha é consequência dos imigrantes que passaram pela península Itálica e deixaram sua marca com pratos conhecidos. Entre os mais importantes, estão os árabes, depois os espanhóis e por último os franceses, acrescentando uma diversidade de temperos e ingredientes.



A imigração italiana no Brasil teve seu auge no período de 1880 à 1930, a maioria deles atraídos por novas oportunidades de trabalho nas fazendas de café, após a abolição da escravatura. Neste período, 70% dos imigrantes que chegaram ao território brasileiro, se instalaram no Estado de São Paulo, fazendo com que a cultura da Itália, principalmente na área gastronômica, começasse a incentivar a culinária brasileira.

A decadência do café após a crise de 1929 fez com que os italianos se dirigissem para os vários centros urbanos, a fim de tentar a vida nas indústrias. Desta forma, surgiram as primeiras padarias. Até então, o pão não entrava na dieta do brasileiro. O macarrão foi outro alimento que passou a ser mais consumido no Brasil, por ter vários tipos de massas que eram consumidos pelos italianos.

Em relação ao que acontece no âmbito nacional, no Estado de São Paulo, está localizada a maior comunidade italiana do país, cerca de 32,5% da população paulista, totalizando 13 milhões de italianos e descendentes em todo o território brasileiro (IBGE,2013). Assim, não é de se duvidar que a cultura italiana se destaque tanto no cenário do Estado paulista, quanto nos seus municípios.

Em Presidente Epitácio, cidade do interior paulista de aproximadamente 43 mil habitantes (IBGE, 2015), embora as massas italianas, assim como ocorre em outras cidades brasileiras, devam ser muito apreciadas, há carência de restaurante italiano e mesmo de estabelecimentos que ofereçam massas em seu cardápio. O lugar mais próximo que possui restaurante especializado neste tipo de comida se localiza na cidade de Presidente Prudente, há aproximadamente 100 km da cidade em que se estuda a abertura de um restaurante de massas.

Considerando a carência de restaurantes italianos na cidade e, mesmo de estabelecimentos comerciais que ofereçam massas em seus cardápios, resolveu-se investigar a viabilidade de um restaurante deste gênero na cidade de Presidente Epitácio. Inicialmente, pensa-se em um estabelecimento de pequeno porte, dotado de um ambiente familiar, que possa oferecer comidas



italianas, como Gnocchi (nhoque), espaguete ou lasanha, de modo que possa atender as expectativas dos apreciadores deste tipo de comida e, ainda, que possa atrair aqueles que ainda não conhecem.

A finalidade deste empreendimento é de proporcionar uma alimentação de qualidade para a população na estância turística de Presidente Epitácio, oferecendo mais alternativas de alimentação com a implantação de restaurante de comida italiana como parte da cultura epitaciana, tendo preços acessíveis, de forma que consiga atrair maior quantidade de turistas.

## 1.2 – DADOS DOS EMPREENDEDORES, ATRIBUIÇÕES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

### Sócio 01

#### **Dados Pessoais**

Nome: Jhuliene Souza Rodrigues

Endereço: Rua Rio de Janeiro, nº 17-08

Cidade/Estado: Presidente Epitácio – São Paulo

Telefone 01: (18) 3281-0907

Telefone 02: (18) 98167-7077 / (18) 98800-2015

Solteira, 26 anos, natural de Presidente Epitácio – São Paulo.

#### **Experiências Profissionais**

Sua atual profissão é auxiliar administrativo na empresa Omote e Cia Ltda.

#### **Formação Acadêmica**

Formado com 2º Grau completo na instituição E.E. 18 de Junho no ano de 2007 e estudante do curso de Administração no IFSP Câmpus Presidente Epitácio.

#### **Atribuição do Sócio 01**

Ficará responsável por supervisionar os custos do cardápio.

### Sócio 02

#### **Dados Pessoais**

Nome: Priscila Leoncio de Souza

Endereço: Rua Miguel Coutinho, nº 1-45



Cidade/Estado: Presidente Epitácio - São Paulo

Telefone 01: (18) 3281-1270

Telefone 02: (18) 99755-5561

Solteira, 25 anos, natural de Presidente Epitácio.

### **Experiências profissionais**

Sua atual profissão é vendedora na empresa Pajé Motos Ltda.

### **Formação Acadêmica**

Formada com 2º Grau completo na instituição E.E. Professor Antônio de Carvalho Leitão e estudante do curso de Administração no IFSP Câmpus Presidente Epitácio.

### **Atribuição do Sócio 02**

Pela experiência em gestão, ficará responsável pela gerência dentro da empresa.

### 1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO

<b>Nome Fantasia</b>	Bella Itália
<b>Razão Social</b>	Bella Itália Ltda
<b>CNPJ</b>	17.171.625/0001-25

### 1.4 – MISSÃO DA EMPRESA

Produzir comidas da gastronomia italiana, mantendo a autenticidade de seu sabor, de modo a agradar todos os clientes, inclusive aqueles mais exigentes e de paladares mais refinados, garantindo, assim, a geração de valor e a sustentabilidade do negócio.

### 1.5 – VISÃO DA EMPRESA

Ser o restaurante de comida italiana mais autêntico e popular no Oeste Paulista.



#### 1.6 – VALORES DA EMPRESA

- Valorização e Respeito ao Cliente: Respeitar as preferências do cliente e fazer jus a escolha de nosso restaurante.
- Honestidade: Prezar pela pureza e moralidade, não mentindo, não fraudando, não dissimulando e não enganando nas relações com os clientes, fornecedores e colaboradores, prezando pela compostura desses.
- Excelência no serviço prestado: Somar todos os nossos valores e resultar na satisfação dos nossos clientes. Determinando as essências das propriedades da gastronomia italiana, e aplicando-as ao nosso restaurante, prezando sempre pela excelência e pela qualidade dos nossos pratos.

#### 1.7 – SETOR DE ATIVIDADE

Comércio Gastronômico.

#### 1.8 – FORMA JURÍDICA

Sociedade Limitada.

#### 1.9 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Optante pelo Simples Nacional.

#### 1.10 - CAPITAL SOCIAL

	<b>Nome do Sócio</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>% de Participação</b>
<b>Sócio 1</b>	Jhuliene Souza Rodrigues	R\$ 50.000,00	50%
<b>Sócio 2</b>	Priscila Leoncio de Souza	R\$ 50.000,00	50%
<b>Total</b>		<b>R\$ 100.000,00</b>	<b>100%</b>



#### 1.11 – FONTE DE RECURSOS

- ✓ Sócio 01: Venda de um terreno localizado na rua Rio de Janeiro nº 17-08, Bairro Vila Maria, com 300 m<sup>2</sup>, no valor de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais).
- ✓ Sócio 02: Venda de um terreno localizado na Rua América do Sul, quadra 9 nº 2, Bairro Alta da Boa Vista, Três Lagoas –MS, com 360 m<sup>2</sup>, no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).



## 2. ANÁLISE DE MERCADO

Neste tópico serão analisados os resultados da pesquisa de mercado, clientes, fornecedores e concorrentes, verificando se os resultados favorecem o desenvolvimento do projeto Bella Itália.

### 2.1 - ESTUDOS DOS CLIENTES

A análise de mercado tem como função ampliar o conhecimento de um indivíduo que pretende abrir um novo empreendimento em determinado lugar, ajudando a obter maiores informações sobre o mercado e sobre o público onde se pretende atuar. Essas informações serão extremamente úteis para saber se o empreendimento será viável ou não no local escolhido.

Sabe-se que quanto maior o seu conhecimento sobre o mercado, clientes, fornecedores e concorrentes, melhor será o desempenho de um negócio. Dessa forma, são utilizados alguns métodos para se obter as informações, como pesquisas de gabinete (informações da internet, de jornais e revistas) ou pesquisas de campo (entrevistas, questionários e reuniões).

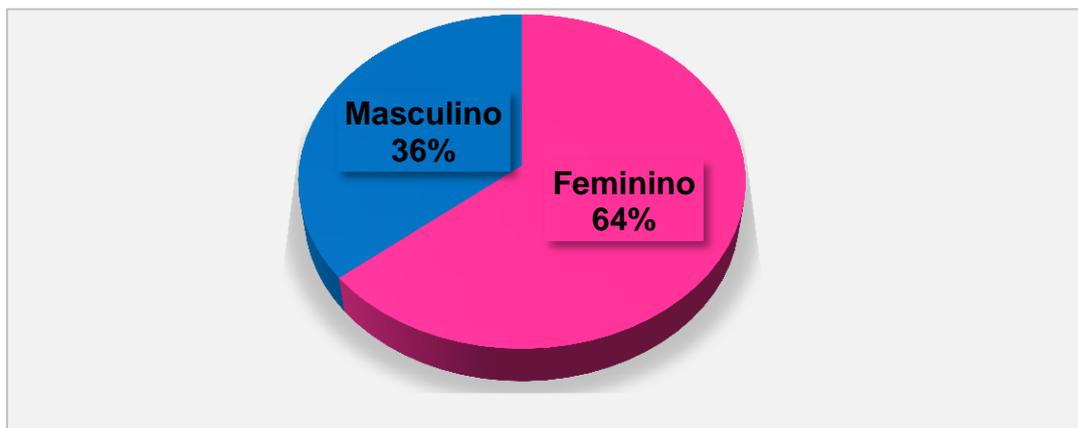
Para este empreendimento, foi selecionada a pesquisa de campo, com aplicação de 100 (cem) questionários, de maneira aleatória. Cada questionário contém 19 (dezenove) questões, onde 18 (dezoito) questões são de múltipla escolha e apenas 1 (uma) dissertativa, de livre escolha para responder ou não.

As primeiras 5 (cinco) questões da pesquisa tiveram a função de caracterizar os entrevistados, as outras 14 (quatorze) questões serviram para conhecer o comportamento do consumidor, afim de adaptar a empresa as suas preferências. Nestas, a questão 6 (seis) foi decisiva para a continuação ou não do preenchimento do questionário. A questão 15 (quinze) revela as pessoas que frequentariam ou não a Bella Itália.

Sendo assim, após a análise e tabulação dos dados colhidos nos questionários, seguem abaixo os gráficos e análises da referente pesquisa.



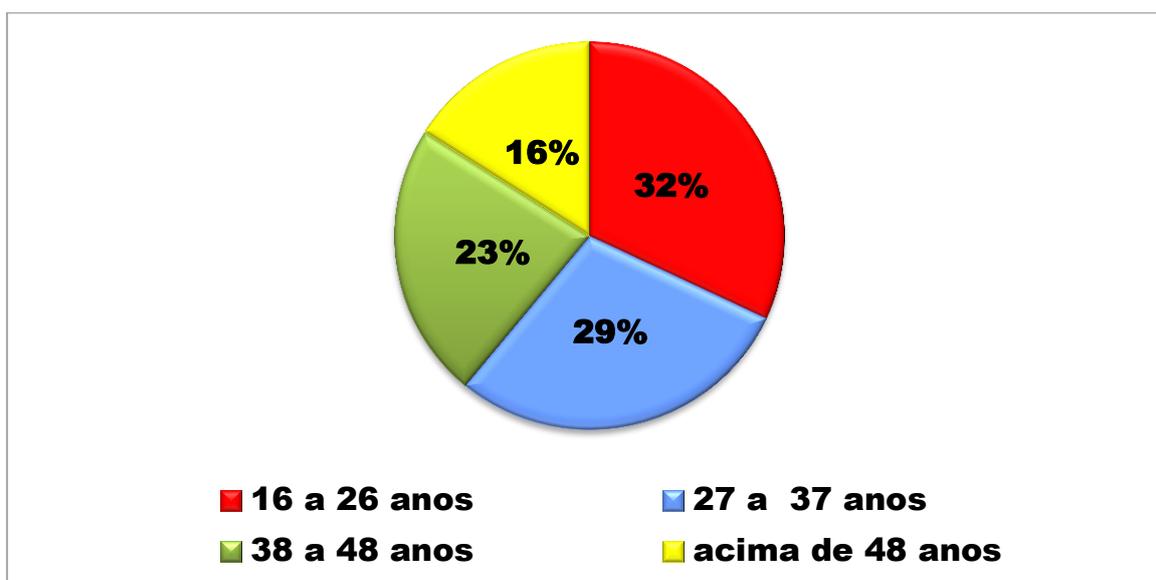
Gráfico 1 – Gênero dos Entrevistados



Fonte: Os próprios autores.

Como se pode observar no gráfico 1, a maioria dos respondentes é do gênero feminino. Em números, do público entrevistado, 64% são mulheres e 36% são do sexo masculino. Como anunciado anteriormente, as pessoas a serem entrevistadas foram selecionadas aleatoriamente. Deste modo, a distribuição de gênero apresentada no gráfico 1 foi mera casualidade.

Gráfico 2 - Faixa Etária dos Entrevistados



Fonte: Os próprios autores.

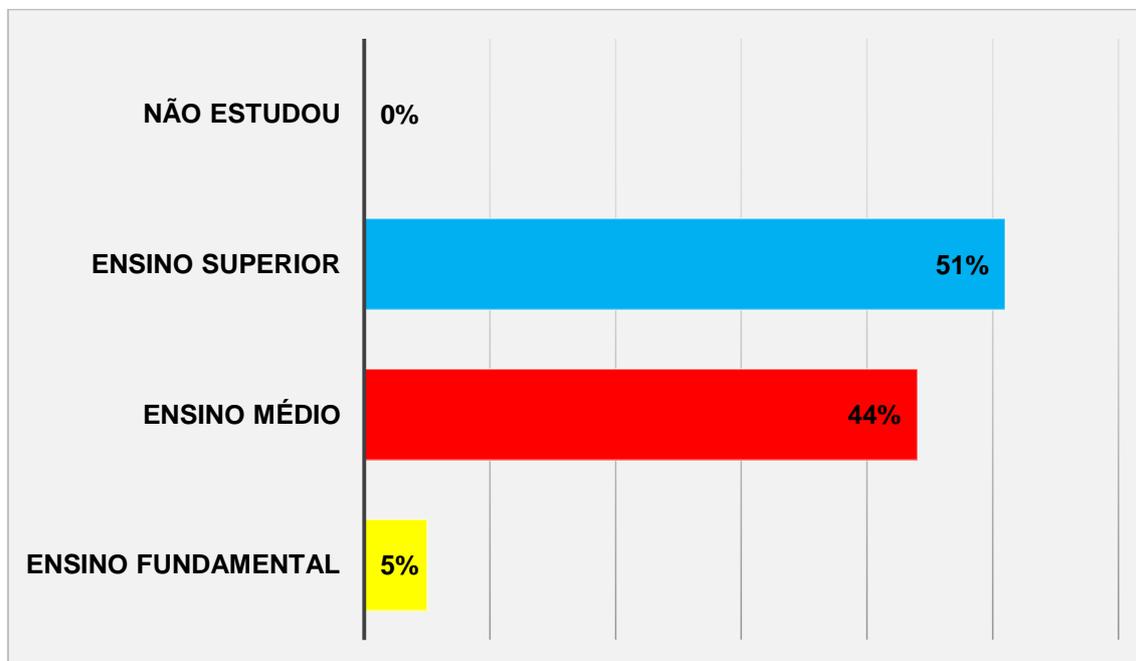
Apresenta-se, no gráfico 2, a análise de faixa etária, onde se pode observar uma distribuição bem equânime no número de respondentes entre as



faixas estudadas, com pequenas oscilações entre uma faixa etária e outra. Por exemplo, a faixa etária de maior representatividade na pesquisa é a de 16 a 26 anos de idade, representando 32% dos respondentes, seguida da faixa etária de 27 a 37 anos, com representação de 29% dos entrevistados.

Como se pode notar, a variação não é tão expressiva, o que garante a representatividade da opinião de pessoas das mais variadas faixas. Este aspecto é importante, porque, caso fosse o contrário, corria-se o risco de adaptar o restaurante Bella Itália com base em apenas um específico grupo de entrevistados, representantes de uma faixa ou outra. Isso é muito prejudicial para a pesquisa, porque é notório que pessoas de distintas idades pensam de maneira diferente umas das outras sobre os mais variados assuntos, inclusive sobre alimentação.

Gráfico 3 – Nível de Escolaridade dos Entrevistados



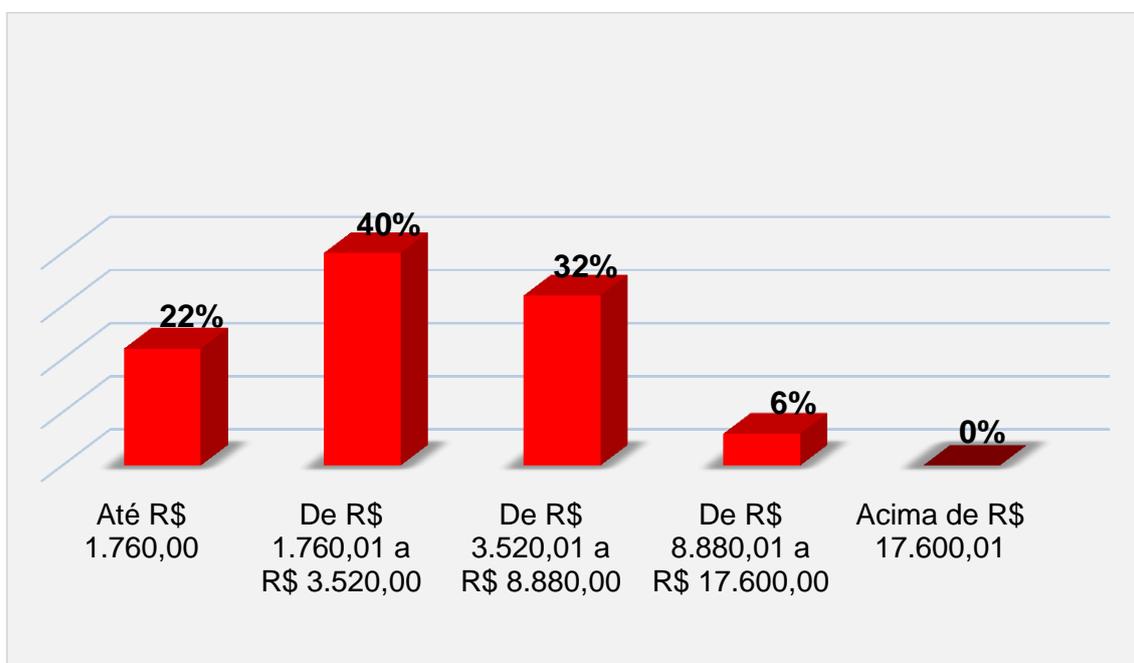
Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 3 revela o nível de estudo que os entrevistados possuem. Pode-se observar que mais da metade (51%) dos entrevistados possuem ensino superior. Outros 44% dos entrevistados cursaram no ensino médio e apenas 5% deles cursaram apenas o ensino fundamental. Estes dados revelam



primeiro que os respondentes representam um público qualificado, que notadamente possuem informações e, quando não, buscam informações sobre os mais variados temas, inclusive sobre alimentação. A existência de maioria com ensino superior entre os entrevistados enriquece a coleta de dados, bem como as conclusões sobre a viabilidade de um restaurante italiano.

Gráfico 4 – Renda Mensal dos Entrevistados



**Fonte:** Os próprios autores.

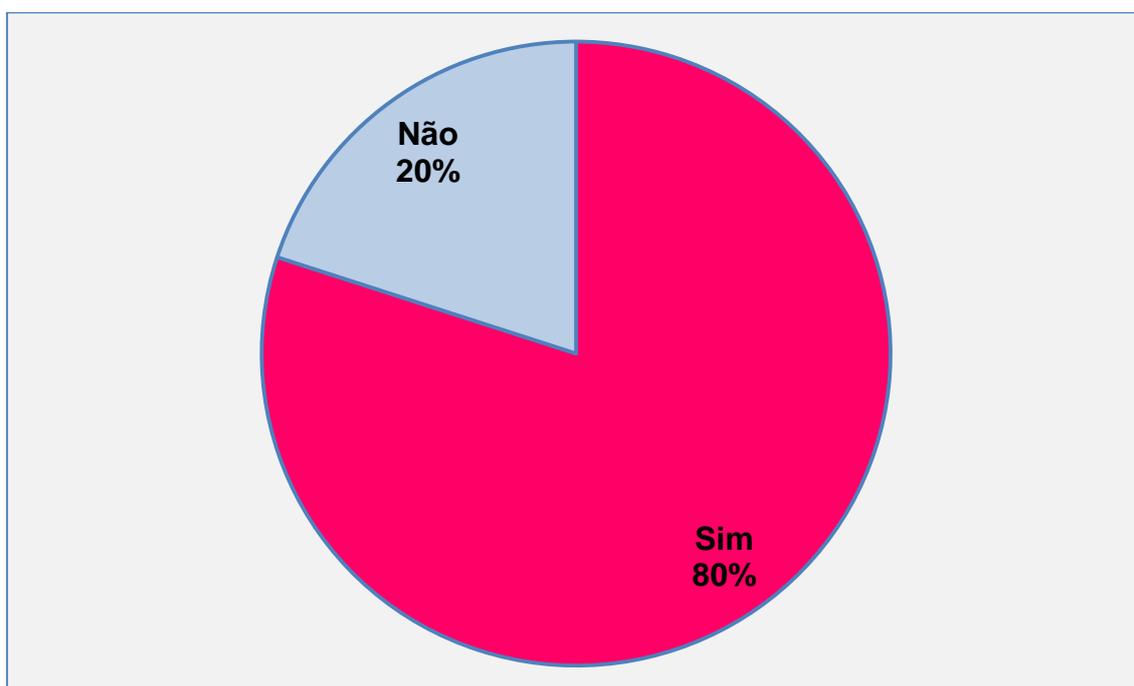
No gráfico 4 é analisado a renda mensal dos entrevistados, em que foi declarado na sua maioria receber uma renda de R\$1.760,01 à 8.880,00 (72%). Isso reflete na decisão da parte financeira do empreendimento, ou seja, disponibilizar a gastronomia italiana com valores acessíveis a este público, de modo que eles frequentem, se alimentem e usufruam dos serviços da Bella Itália, pagando um valor adequado e equilibrado as suas rendas, ao mesmo tempo em que gera lucros ao empreendimento.

Outro fator a ser percebido com as pesquisas de renda, são os tipos de pessoas que deverão frequentar o estabelecimento, enquadrados nas classes B e C. Destaca-se que os colaboradores do estabelecimento serão treinados



com cursos e palestras disponibilizados gratuitamente pelo SEBRAE, para tratar todos os clientes de forma igualitária, sem preconceitos e discriminação, pois este projeto tem o objetivo de atender principalmente a estas classes.

Gráfico 5 – Quantidade de Entrevistados que se Alimentam Fora de Casa



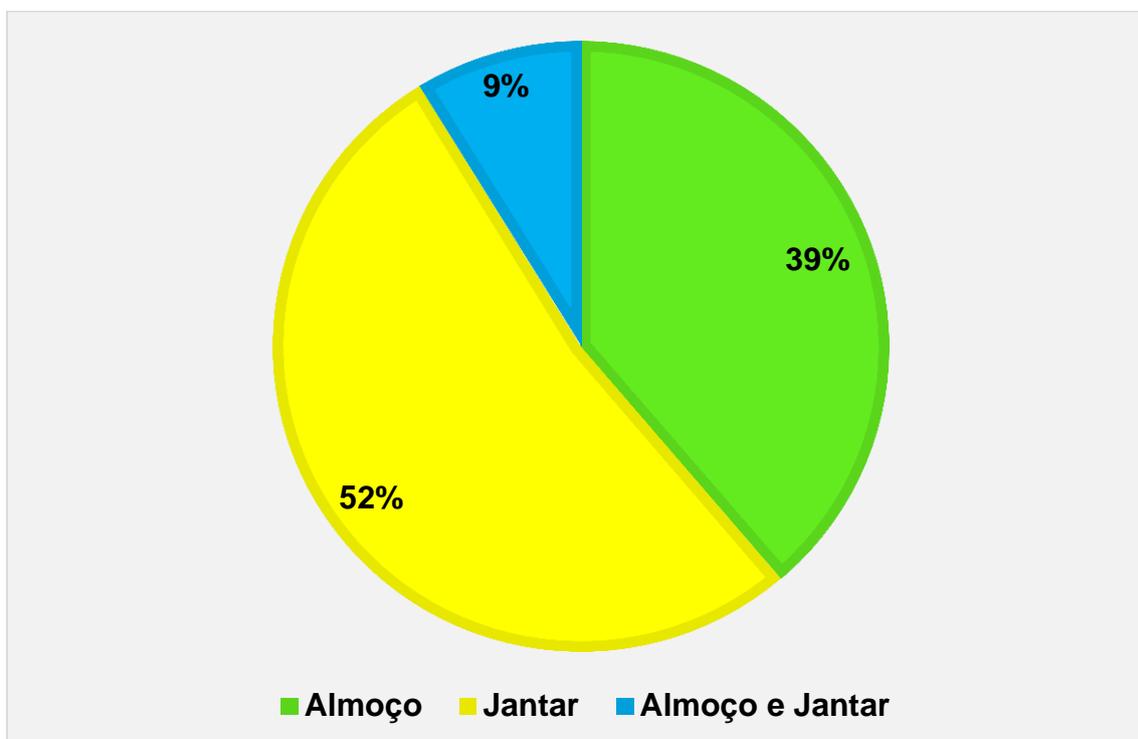
**Fonte:** Os próprios autores.

Com base no gráfico 5, foi analisado que 80% dos entrevistados alimentam-se fora de casa, no horário de almoço e/ou jantar, e apenas 20% não costumam se alimentar fora.

Os dados revelados no gráfico são coerentes com o que se observa a respeito de como as pessoas se alimentam atualmente. Seja por conta de longas rotinas de trabalho, por praticidade ou simplesmente por lazer com a família e amigos, as pessoas não costumam mais se alimentar em suas próprias residências. Na cidade de Presidente Epitácio, como foi demonstrado, há a mesma tendência nacional. E esse aumento de consumo gastronômico fora de casa favorece a abertura de um restaurante italiano na cidade de Presidente Epitácio, além do que, para a cidade, será algo inovador e atrativo.



Gráfico 6 – Você Costuma se Alimentar Fora de Casa em Qual Horário?



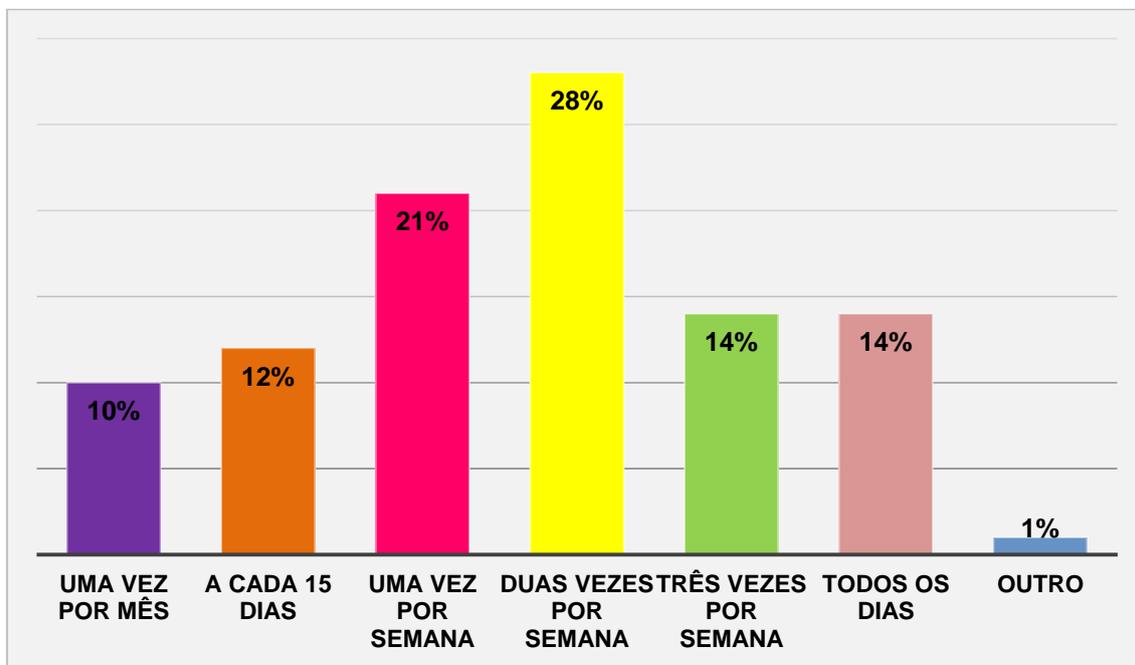
Fonte: Os próprios autores.

A função do gráfico 6 é análise correta de qual horário de funcionamento é mais adequado para um restaurante de massas na cidade de Presidente Epitácio, de acordo com as preferências dos entrevistados. Assim, 52% dos entrevistados, destacando-se como a maioria, preferem alimentar-se nos restaurantes apenas no horário de jantar. Já 39% escolhem frequentar os mesmos somente no horário de almoço. E outros 9% alimentam-se fora de casa tanto no horário de almoço quanto no de jantar.

A partir desses dados é que será decidido, de acordo com a maior quantidade de percentuais, o horário adequado de atendimento do Bella Itália. Concluindo que, inicialmente, o Bella Itália atenderá aos seus clientes apenas no horário de jantar.



Gráfico 7 – Frequência de Consumo dos Entrevistados



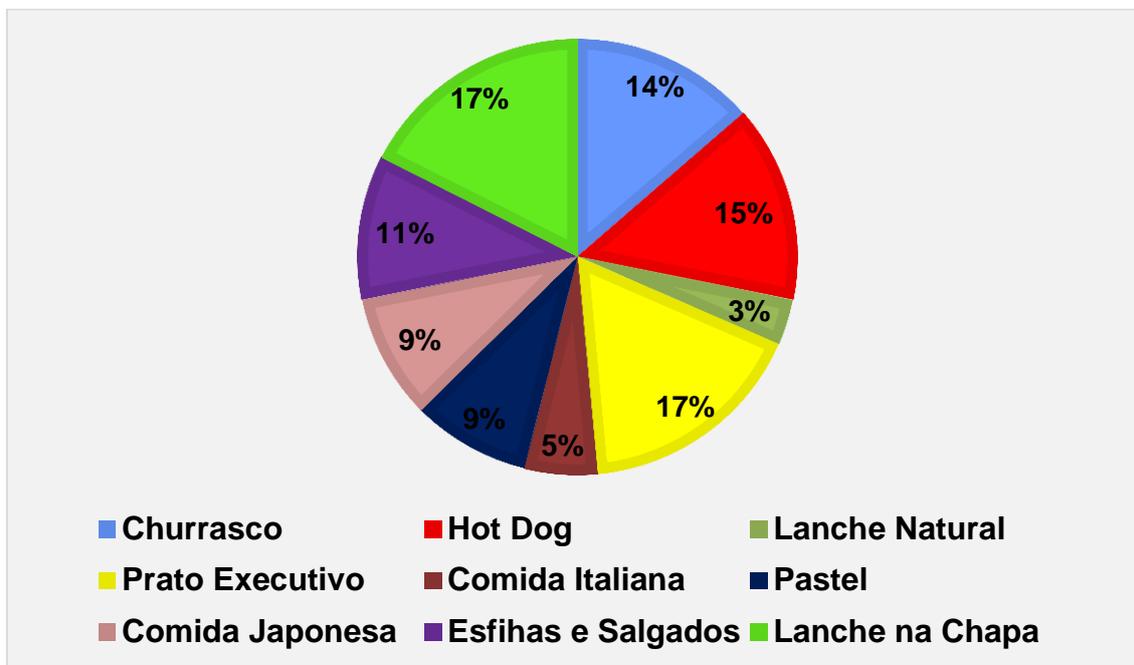
Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 7 demonstra a frequência com que os entrevistados realizam suas refeições, tendo um índice de 49% das pessoas que se alimentam de uma a duas vezes por semana fora de casa e 14% que se alimentam todos os dias ou três vezes por semana.

Com base nos resultados apurados, pode-se concluir que não serão todos os dias que o Bella Itália pode vir a ter um grande fluxo de pessoas, mas sim em dias alternados. Isso reflete na quantidade de dias que o restaurante poderá ser aberto, a fim de que não tenha muitos custos. Teve-se essa conclusão devido ao comentário de alguns entrevistados que a presença destes serão mais frequente nos fins de semana ou em dias próximos. Assim, pode-se concluir que o Bella Itália abrirá de Terça-feira a Domingo, das 19h (dezenove horas) à 00h (meia noite).



Gráfico 8 – Refeições Preferidas dos Entrevistados



Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 8 faz a análise da preferência de refeições dos entrevistados na gastronomia de Presidente Epitácio, revelando uma igualdade de 17% no lanche na chapa com o prato executivo, 15% com *hot dog* e apenas 5% de escolhas da comida italiana.

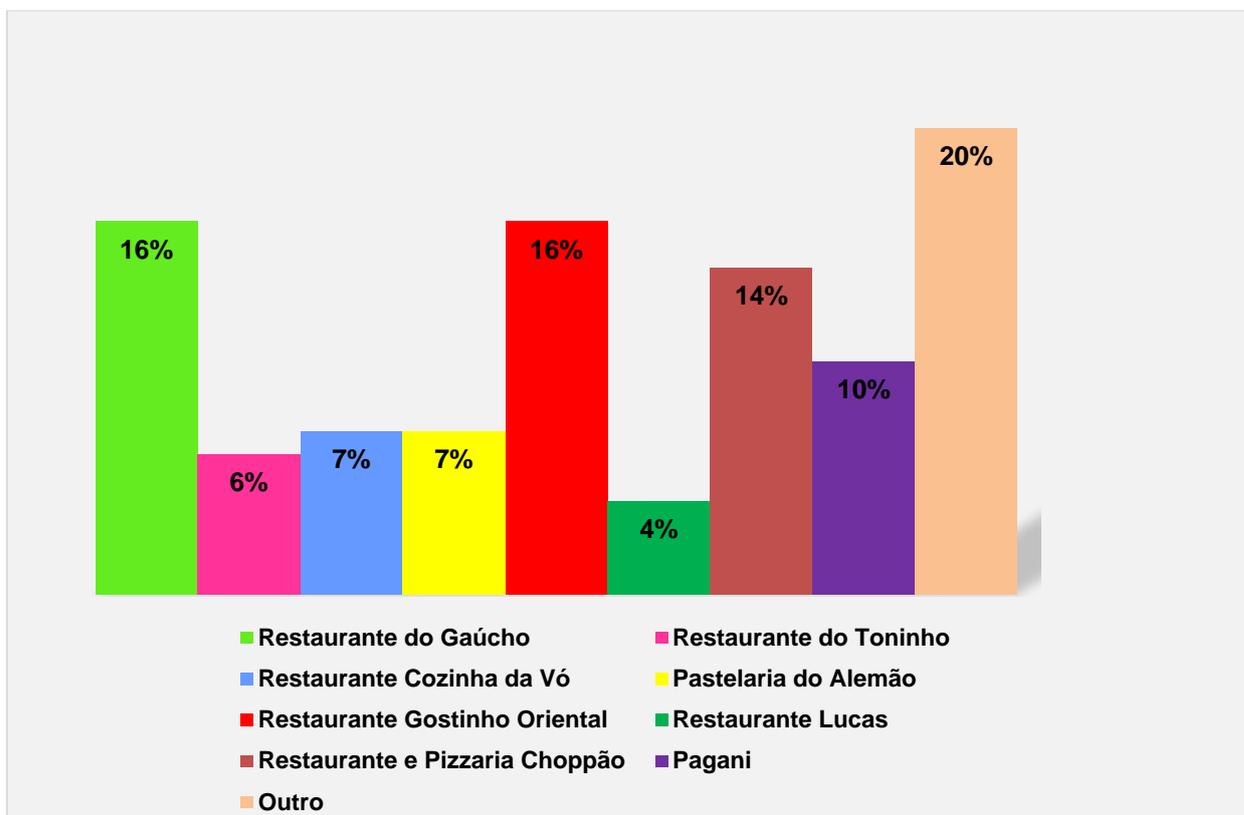
O motivo de o maior índice ser referente aos lanches na chapa e os pratos executivos, se dá pelo fato de que em Presidente Epitácio não há uma grande variedade de opções no setor de comidas. Ou seja, na cidade a maioria dos estabelecimentos são lanchonetes, restaurante de *self service*, carrinhos de *hot dog* e pizzarias.

Uma possibilidade de se ter apenas 5% de entrevistados que selecionaram a comida italiana é a de que não há, ainda, um restaurante específico de comida italiana ou mesmo um restaurante de massas. E como na maioria dos restaurantes servem seus clientes com *self service* ou prato feito, incluem neles alguns tipos de massas conhecidas como lasanha ou nhoque, fazendo com que os entrevistados não se atentem muito de que esses



alimentos aderem à cultura gastronômica italiana, vendo somente como um alimento rotineiro.

Gráfico 9 – Preferência de Compra dos Entrevistados



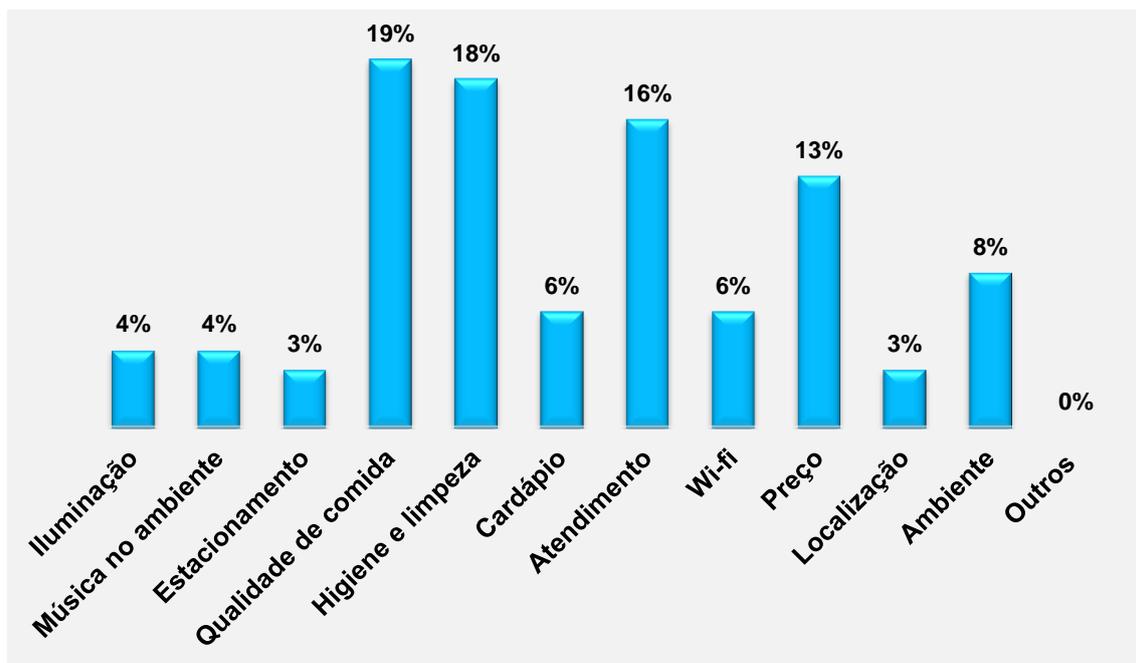
Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 9 analisa quais são os estabelecimentos mais escolhidos pelos entrevistados para se alimentarem fora de casa, tendo uma igualdade de resultados para o Restaurante do Gaúcho e o Restaurante Gostinho Oriental, com 16%, seguido do Restaurante e Pizzaria Choppão, com 14%.

Esses dados permitem concluir que os restaurantes mais frequentados são aqueles que servem pratos executivos, *self service* ou porções. Assim, o Bella Itália irá tomar como base esses modos de servir aos clientes. Após a montagem do cardápio, será analisado as formas como deverá ser oferecida cada receita, por meio de pratos prontos ou disponíveis para o cliente montar seu próprio prato.



Gráfico 10 – Aspectos Importantes do Estabelecimento Segundo os Entrevistados



Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 10 mostra algumas considerações importantes para a satisfação do cliente. Tendo destaque a qualidade da comida, com 19%, higiene e limpeza, com 18%, e o atendimento, com 16%. Como pode ser observado, na cidade de Presidente Epitácio os entrevistados não requisitam mais o preço (13%) do que a qualidade no serviço (19%). Com base nos dados, é importante que essas considerações sejam realizadas com êxito para garantir o sucesso do estabelecimento e a satisfação do cliente.

Em relação à qualidade da comida, com 19%, percebe-se que é o fator mais requisitado pelos entrevistados para se obter a excelência. Um restaurante é conhecido principalmente pela sua comida, seja ela excelente ou inferior. Por isso, o Bella Itália buscará trazer a originalidade de cada refeição, procurando sempre seguir as receitas em conformidade com as tradições italianas.

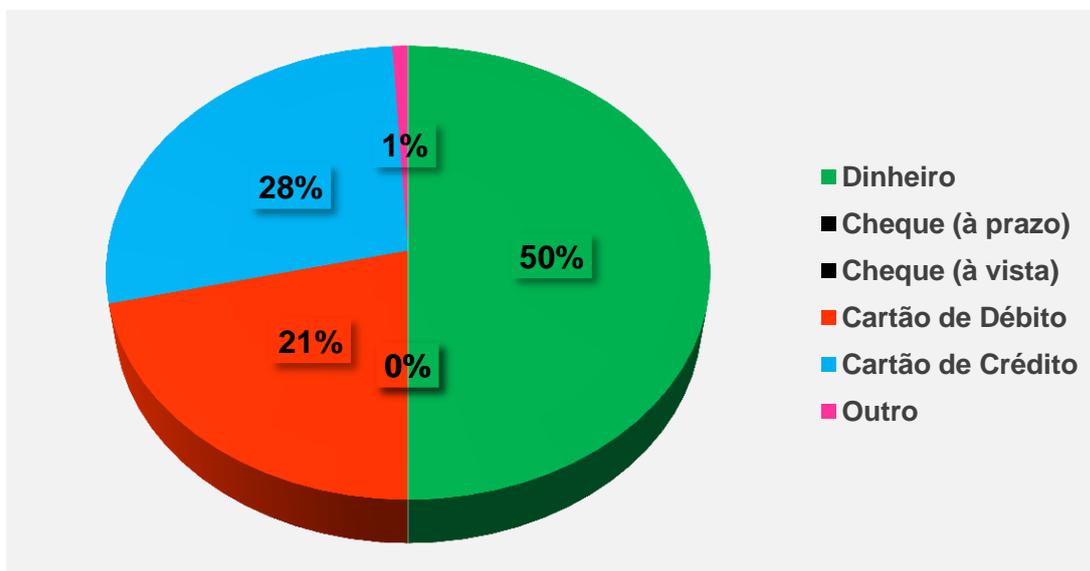
A Higiene e limpeza, com 18%, enquadram-se no setor do ambiente. Um local com as mesas e cadeiras, assim como o chão e também pratos e



talheres sujos, mau lavados e higienizados, não é um local respeitado e que tem a atenção do seu público alvo. Um local mau higienizado e mau cuidado perde totalmente as chances de crescer, perdendo facilmente para seus concorrentes.

Em relação ao atendimento, que obteve 16% das citações dos entrevistados, deve ser analisado com extrema importância, pois um local em que o cliente não é bem recebido ou bem tratado, também implica no desenvolvimento do empreendimento. Como será observado na análise dos concorrentes (tópico 2.2), muitos restaurantes populares da cidade de Presidente Epitácio esquecem de que quem traz o lucro aos estabelecimentos são os clientes, e por isso, devem ser tratados igualmente e de forma correta, para que se sintam bem e possam retornar ao restaurante novamente.

Gráfico 11 – Formas de Pagamento dos Entrevistados



**Fonte:** Os próprios autores.

O gráfico 11 apresenta os meios pelos quais o restaurante possivelmente vai receber a sua receita, ou seja, receber os seus lucros, pelos produtos fornecidos e serviços prestados. Das formas de pagamento mais usadas pelos clientes, destaca-se o dinheiro (50%) e o cartão de crédito (28%).

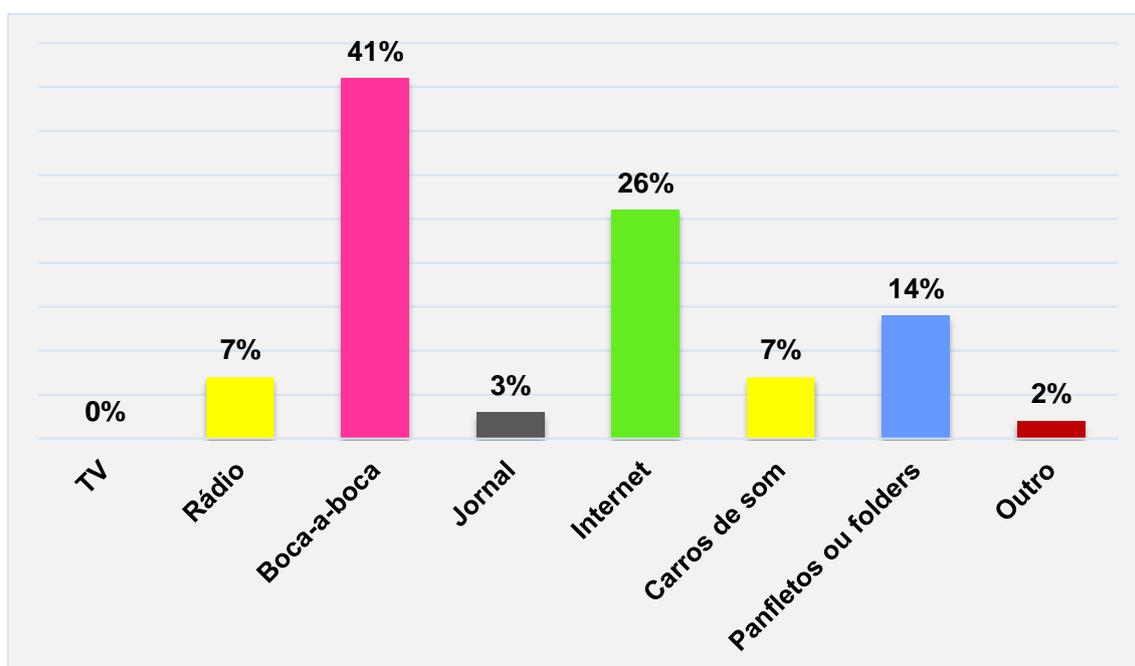


Os menos utilizados são os cheques, tanto à vista quanto à prazo, (0%) devido as praticidades dos dias atuais.

A partir daí, conclui-se que a presença da máquina de cartão, é essencial, pela facilidade ao cliente, até porque alguns clientes preferem sair somente com cartão, sem nenhuma cédula ou moeda. Em relação ao dinheiro, o estabelecimento deve ter cuidado com assaltos, sendo o mais discreto possível com o local do caixa, e também com erros de contabilidade, para que não ocorra uma quebra de caixa no fim do dia.

Embora exista uma preferência maior de efetuar pagamento em cartão de crédito, também será aceito o pagamento com cédulas, para os clientes que não utilizam o cartão de crédito.

Gráfico 12 – Como os Consumidores Costumam se Informar?



**Fonte:** Os próprios autores.

O gráfico 12 é o resultado do questionamento em relação à forma que os consumidores se informam sobre um novo estabelecimento. Logo, as formas mais citadas foram: 41% dos entrevistados se informam pelo boca a boca e 28% pela internet. Isso permite saber melhor qual será o meio mais eficiente

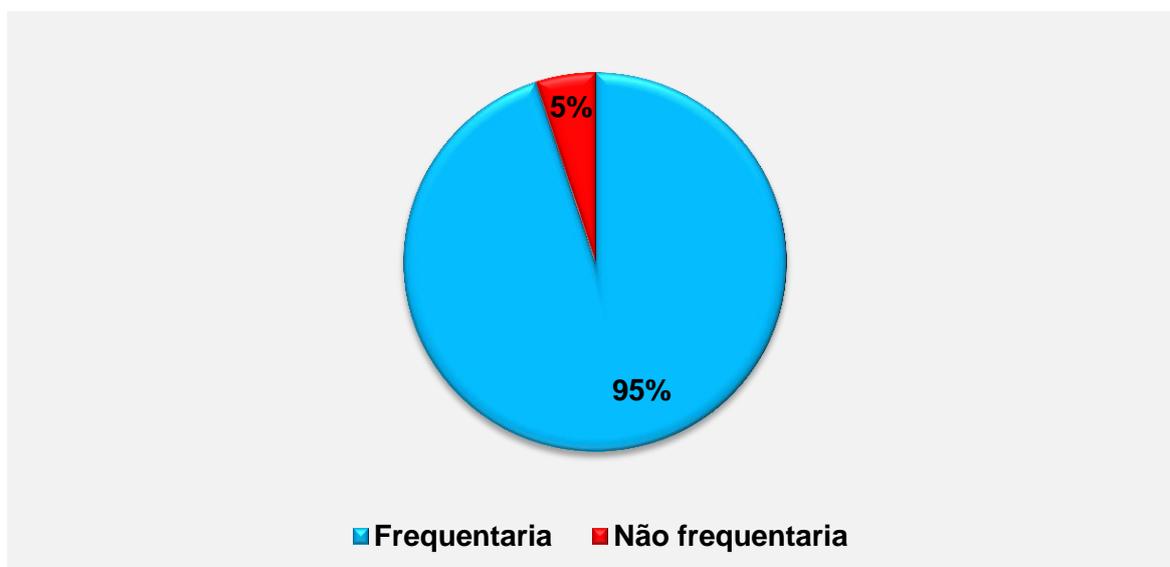


para que o Bella Itália seja conhecido por todos os cidadãos de Presidente Epitácio.

A partir dos resultados apurados, pode ser feita uma análise significativa que permita um maior reconhecimento, de forma rápida e prática, do Bella Itália na cidade. Como já previsto pelos proponentes do empreendimento, a internet seria um ótimo meio de divulgação da empresa. Desse modo, se terá, no plano financeiro, custos para patrocínios em redes sociais bastante populares e, futuramente, aplicativos para aparelhos móveis que permitam um fácil acesso aos cardápios e realização de pedidos. Através das redes sociais, a divulgação do Bella Itália será conhecida por pessoas, que compartilharão as informações do restaurante com amigos por meio do marketing de boca a boca, passando as mesmas informações para amigos, familiares ou conhecidos, que também verão a novidade da cidade.

Haja vista que, mesmo tendo apenas 14% de panfletos ou folders, a fim de atrair as pessoas no início do empreendimento, estes podem ser utilizados juntamente com promoções do dia ou da semana.

Gráfico 13 – Entrevistados que Freqüentariam o Restaurante



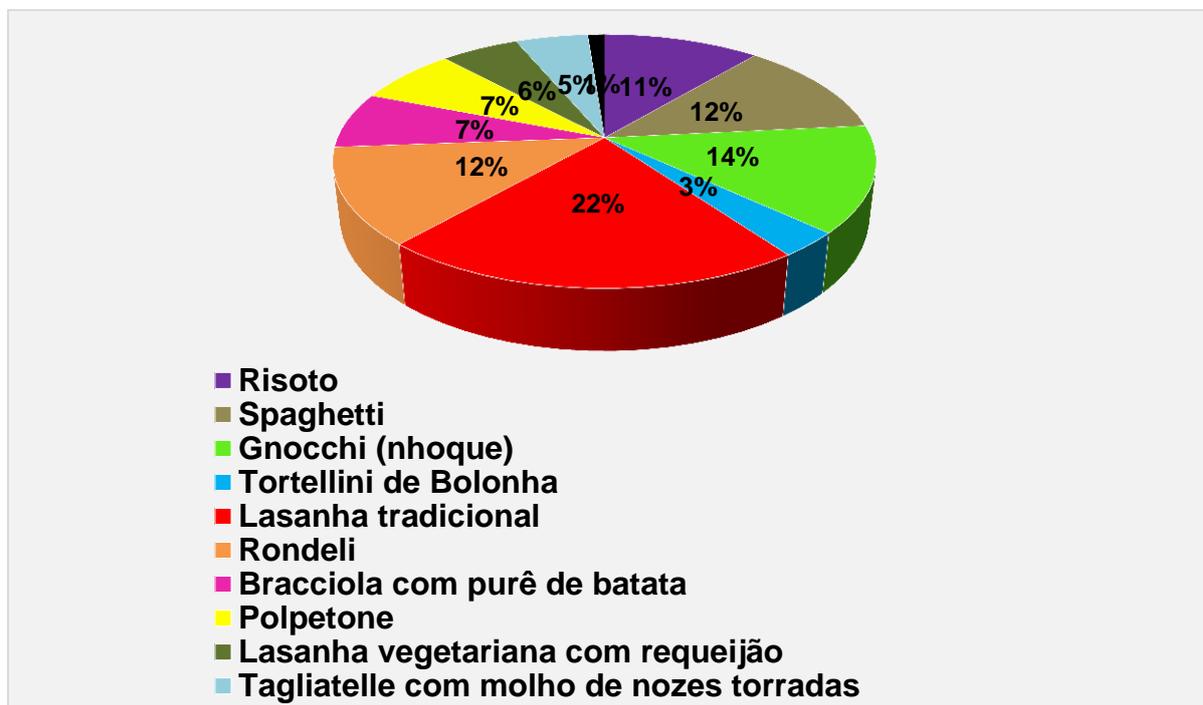
Fonte: Os próprios autores.



O gráfico 13 deve ser levado bastante em consideração, tendo uma importância significativa para a viabilidade deste projeto no quesito que diz respeito a quem frequentaria ou não o Bella Itália, sendo que, com os resultados apurados, 95% dos entrevistados frequentariam um restaurante de massas na cidade de Presidente Epitácio e apenas 5% rejeitaram a ideia.

Assim, é possível verificar que, além de este projeto ser viável mercadologicamente somente pela opinião dos entrevistados que futuramente serão os clientes, este empreendimento deverá ter um grande diferencial quanto a sua originalidade no sabor e em outros fatores, para que mesmo depois da inauguração, torne-se parte da cultura epitaciana.

Gráfico 14 – Consumo de Refeições



Fonte: Os próprios autores.

Nota-se no gráfico 14, onde os entrevistados foram perguntados sobre quais produtos costumam consumir em um restaurante italiano, que 22% optaram pela lasanha tradicional, destacando-se como a refeição mais solicitada. Além disso, 14% escolheram Gnocchi, mais conhecido como

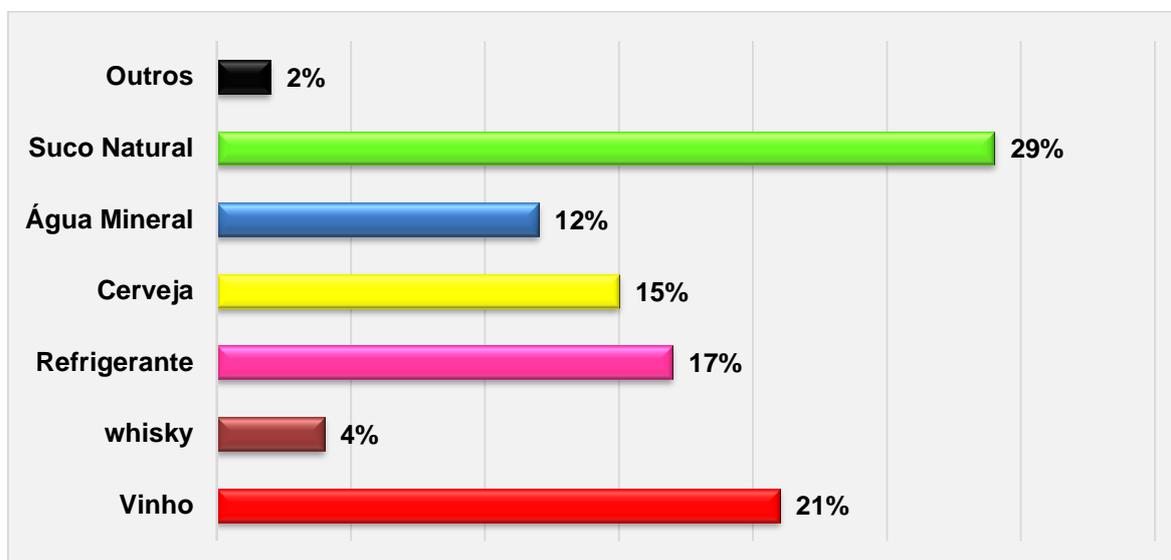


"nhoque". As comidas menos cogitadas são: Tortellini de Bolonha (3%) e Tagliatelle com molho de nozes torradas (5%).

Dentre os pratos do cardápio do restaurante de massa italiana, de acordo com a pesquisa feita, é importante que a lasanha tradicional e o Gnocchi (nhoque) nunca estejam em falta na cozinha do restaurante, já que foram os mais requisitados. E que Tortellini de Bolonha e Tagliatelle com molho de nozes torradas, como não são pratos muito conhecidos dentro da cultura brasileira, poderia esse ser o motivo pelo qual foi menos votado. A solução seria a presença de uma legenda explicativa para detalhar especificadamente alguns ingredientes dessas receitas no cardápio, e caso persista a dificuldade de compreensão, haverá uma colaboração do garçom que realizará um auxílio fazendo com que o cliente sinta maior interesse em consumir os pratos que não são conhecidos por estes.

Mas vale destacar que, além dos pratos mais requisitados no questionário, e além dos que estavam presentes nas alternativas deste, haverá outras receitas presentes no cardápio, que se basearão nos mais escolhidos dentre os restaurantes de massas de outras regiões, seguindo sempre a originalidade de cada receita e cada sabor.

Gráfico 15 – Preferência de Bebidas dos Entrevistados



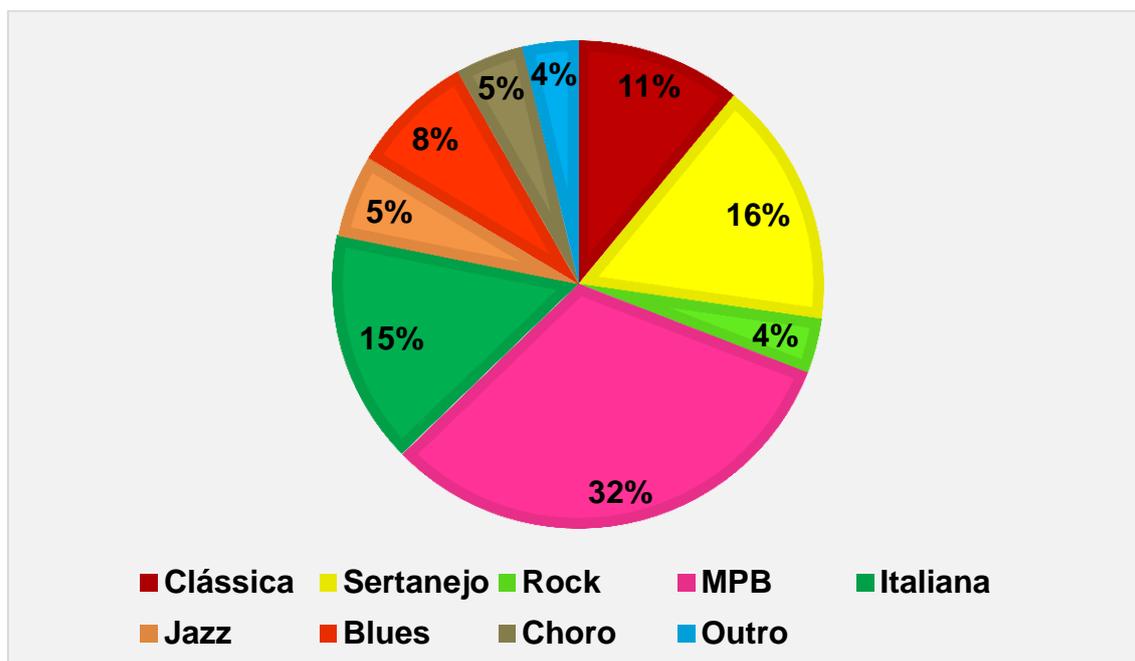
Fonte: Os próprios autores.



O gráfico 15 apresenta os dados coletados em relação à preferência de bebidas dos entrevistados, quando acompanhados de uma boa refeição italiana. Neste, os mais destacados foram: 29% dos entrevistados preferem suco natural, 21% vinho e 17% refrigerante.

Estes dados revelam que a presença de frutas frescas, para que sejam feitos sucos naturais, é indispensável e de grande importância na cozinha do restaurante. Assim como o vinho de boa qualidade e variadas marcas de refrigerante. O Bella Itália poderá ter diversos tipos de vinhos, desde o mais inovador ao mais tradicional, com valores que sejam acessíveis ao consumidor.

Gráfico 16 – Preferência de Música dos Entrevistados



Fonte: Os próprios autores.

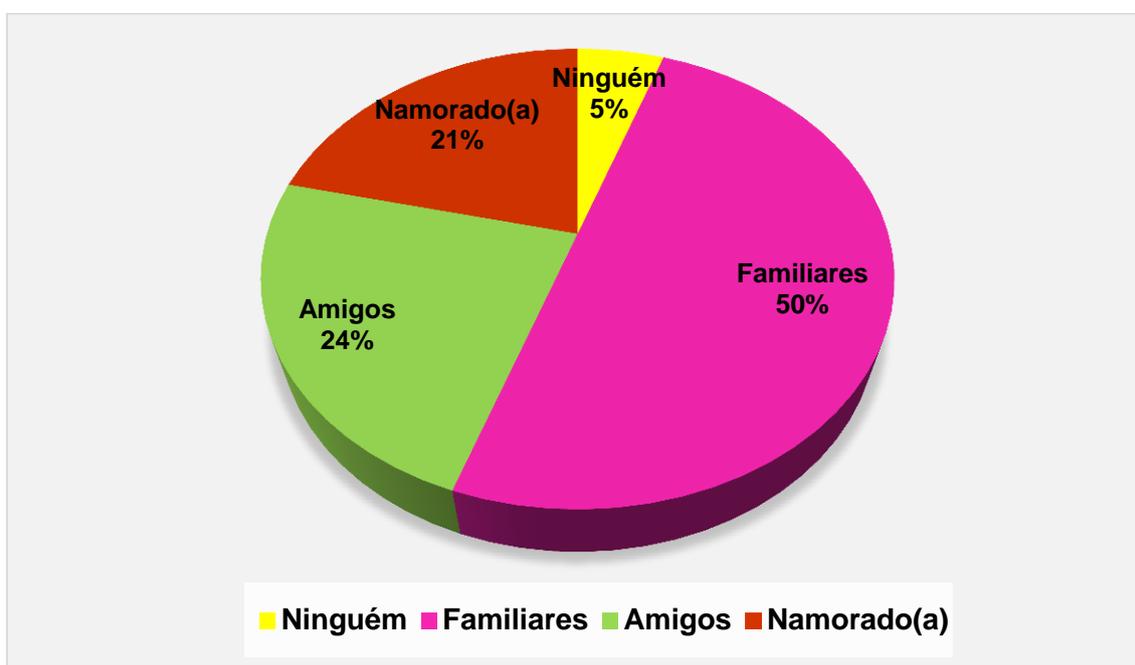
O gráfico 16 faz análise das escolhas dos entrevistados em relação aos estilos musicais a serem tocados no restaurante italiano, tendo um índice de 32% com MPB (música popular brasileira), 16% com sertanejo e 15% com músicas italianas.

A partir desses dados, conclui-se que, pela preferência dos entrevistados, o ambiente musical do Bella Itália terá na maior parte, músicas



“MPB” e como o restaurante se baseia na cultura da Itália, terá também músicas italianas. Em dias selecionados, que tenham maiores fluxos de pessoas, terá shows ao vivo, de modo que seja tranquilizante e satisfatório para o cliente, sem atrapalhar o seu conforto.

Gráfico 17 – Acompanhantes dos Entrevistados



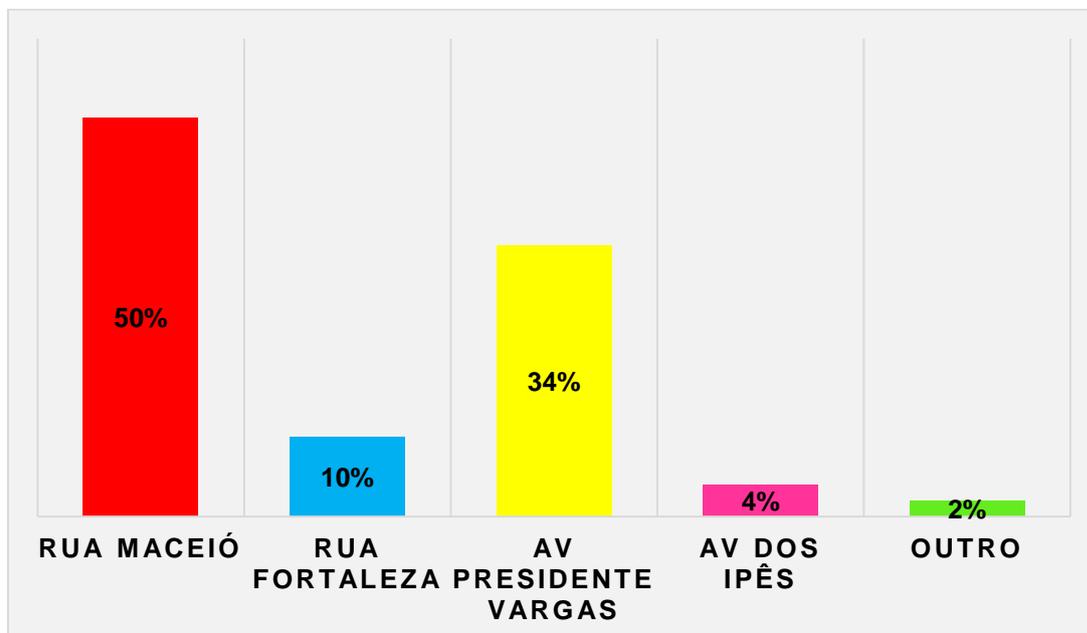
**Fonte:** Os próprios autores.

A análise do gráfico 17 permite verificar com quem os entrevistados preferem ir ao restaurante, tendo 50% acompanhado dos familiares, 24% amigos, 21% namorado (a) e 5% ninguém.

Os dados revelados pelo gráfico 17 são de grande valia para a tomada de decisão de como será o ambiente do Bella Itália. Assim, sabe-se que o restaurante precisa ter um ambiente adequado para receber casais, familiares e amigos, formando um ambiente respeitoso, confortável, com iluminação adequada, entre outros fatores.



Gráfico 18 – Onde Deve Ser Instalado o Restaurante?



Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 18 revela a resposta dos entrevistados, quando questionados sobre a preferência do local de abertura do estabelecimento. 50% dos entrevistados preferem a Rua Maceió, 34% a Avenida Presidente Vargas, 10% a Rua Fortaleza e 6% outras ruas.

Com a análise dos dados apurados nesse gráfico, é possível concluir o local onde será aberto o Bella Itália, que de acordo com as prioridades dos entrevistados, será na Rua Maceió, onde na cidade de Presidente Epitácio está localizado a maior parte das lanchonetes e restaurantes com ambientes familiares.

Ao ser feita uma análise geral dos dados coletados na pesquisa de mercado, foi possível usufruir destes para planejar o empreendimento com base nos gostos e principais escolhas dos possíveis frequentadores do Bella Itália. A pesquisa também revelou o público alvo deste negócio, cidadãos de classe média, residentes na cidade de Presidente Epitácio e região, que deverá ter considerável importância, já que o maior nível de aceitação veio por parte deles. Também deve-se ter certa atenção aqueles clientes de maior renda, os de classe alta, pois teve-se uma aceitação do empreendimento por parte deles



também, porém menor, pois o foco do restaurante Bella Itália é ser uma cantina italiana que possa atender a pessoas de várias classes sem discriminação.

Com a finalização desta pesquisa, foi possível verificar o grande nível de aceitação que o Bella Itália tem com os entrevistados, que farão parte do público alvo, verificando grande encantamento com a possibilidade de abertura de um restaurante inovador e diferente na cidade, como o proposto neste planejamento de negócio.

## 2.2 – ESTUDO DOS CONCORRENTES

Dentro do campo de pesquisa de mercado, um dos itens abordados é a pesquisa dos concorrentes diretos e indiretos da empresa. Na análise de concorrentes, avaliam-se todos os comportamentos e estratégias destes, quais diferenciais oferecem e como isso impacta no novo empreendimento. A análise dos concorrentes tem como função ampliar o conhecimento do empreendedor sobre quais serão os desafios de concorrência que irá enfrentar, levantando questões relevantes, como preços, prazos, atendimento e comportamento, ambiente, serviços e produtos oferecidos, de modo que cause um impacto de melhoria na nova empresa.

Com os resultados apurados na análise dos mais variados tipos de pesquisas realizadas neste campo, é possível que o novo empreendimento identifique quais são os pontos que devem ser melhorados e superados dentro do mercado, de forma que identifique erros antes mesmo de cometê-los, corrigindo-os no plano de negócios, tornando a administração do projeto mais simples e eficiente.

Para tomada de conhecimento dos concorrentes diretos e indiretos deste projeto, foi realizada a análise de concorrente por meio das seguintes pesquisas: diálogos informais com os clientes, observação dos estabelecimentos pelos próprios idealizadores do projeto e coleta de dados por meio de uma questão dissertativa presente no questionário aplicado a consumidores de Presidente Epitácio.



Após a conclusão dessa pesquisa, foi verificado que, em Presidente Epitácio, não há nenhum concorrente direto, apenas alguns indiretos que foram considerados importantes devido a sua alta demanda e qualidade em alguns serviços oferecidos e a presença de alguns tipos de massas em seu cardápio. Desse modo, considera-se que o Bella Itália é um empreendimento inovador para esta cidade turística. Com base nos critérios de análise dos concorrentes usados, como por exemplo, o preço, a preparação dos funcionários e a qualidade, foram eleitos três principais empresas que serão descritas a seguir.

EMPRESA 1: Esta empresa é uma esfiharia, e possui em seu cardápio tipos de massas que podem ser consideradas italianas, como por exemplo, o macarrão, o nhoque e o spaghetti, com diversos tipos de molhos a sua escolha. Embora tenha esse tipo de variedade, os clientes atendidos por essa empresa possuem um elevado índice de insatisfação em relação ao atendimento. O consumidor descreve que o estabelecimento possui vários atendentes, mas os mesmos, além de demorar a ir de encontro ao cliente, fazem tratamento de forma desigual. Outra observância foi que em alguns momentos os alimentos vêm com falta de ingredientes, frios e/ou queimados. Os entrevistados alegaram que o valor é bem acessível, mas que não retornaria ao local devido a essas falhas que a empresa possui.

EMPRESA 2: Esta empresa é um restaurante que possui serviços de *self service* no almoço e *à la carte* no jantar, foi considerado um concorrente indireto devido a elevada frequência dos consumidores a esse local. Este estabelecimento possui em seu *menu* refeições orientais. Mas no horário de almoço servem em dias alternados alguns tipos de massas como lasanha, nhoque, panqueca e macarronada. Os entrevistados alegaram que o atendimento possui diferenciação dependendo da sua classe social. Foi detectada a necessidade de variar o seu cardápio, pois o mesmo usa de forma repetitiva semanalmente. O valor das refeições foi outro item que o respondente relatou como alto, e assim gerando grande insatisfação e fazendo com que os clientes procurem por outro ambiente com preço acessível.



EMPRESA 3: Esta empresa é um restaurante que oferece refeições apenas no almoço, e o cliente pode escolher entre pagar por pessoa ou por peso devido ser *self service*. O atendimento neste estabelecimento não foi questionado, mas existe a ausência de informativos, para que os clientes visualizem as refeições diárias e o valor que vai pagar, já que na mesma existe variações diariamente, servindo diversos tipos de comidas como, por exemplo, na sexta feira servem mais comidas orientais, e aos sábados italianas. Outro item destacado foi o preço e os tipos de pessoas que frequentam o local. Por ser um restaurante aparentemente sofisticado e moderno, geralmente apenas pessoas com alto poder aquisitivo vão ao restaurante, deixando o público de classe média constrangido a comparecer a este estabelecimento.

Nota-se que, dentre as reclamações dos entrevistados, a que mais se destacou foi o péssimo atendimento, por serem demorados e por tratarem os fregueses com impessoalidade.

Outro problema incomum desses estabelecimentos relatados pelos declarantes é a necessidade de cadeiras apropriadas para crianças e fraldários nos toaletes. A partir da análise desses concorrentes pode se perceber que os problemas indicados estão na maioria dos estabelecimentos. Concluindo, assim, que para o Bella Itália ser um diferencial em Presidente Epitácio tentará não cometer os mesmos erros desses concorrentes e de demais empresas. Se tornando viável tanto para os clientes quanto para o mercado epitaciano em geral.

A seguir, para maiores esclarecimentos, mostra-se uma tabela que identifica de acordo com as porcentagens, os defeitos de algumas empresas encontradas pelos clientes, contando com as empresas selecionadas como concorrentes:



	FALTA DE PREPARO DOS FUNCIONÁRIOS	PREÇO ALTO	FALTA DE VARIEDADES NO CARDÁPIO	INSATISFAÇÃO NA QUALIDADE	AUSÊNCIA DE CADEIRAS INFANTIS	AUSÊNCIA DE FRALDÁRIO
<b>EMPRESA 1</b>	57%	17%	14%	57%	50%	50%
<b>EMPRESA 2</b>	43%	50%	57%	29%	50%	50%
<b>EMPRESA 3</b>	0%	33%	29%	14%	0%	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%

### 2.3 – ESTUDO DOS FORNECEDORES

O estudo dos fornecedores se associa ao processo de análise e desenvolvimento da logística de uma empresa, no qual o fornecedor tem extrema importância, pois é a partir dele que uma organização conseguirá materiais para desenvolver seus produtos. Os fornecedores devem ser vistos como parceiros operacionais, oferecendo seus produtos e serviços com o objetivo de acrescentar valor ao seu cliente, tendo um relacionamento amplo com empresa e fornecedor, destacando que os fornecedores devem atender as necessidades do seu cliente, realizando suas solicitações nos prazos estabelecidos.

Por isso, ao dar início a um empreendimento, deve-se ter um estudo completo de análise das mais variadas opções de fornecedores, pois estes são tão importantes quanto fazer a pesquisa dos concorrentes e clientes que frequentarão a empresa. Dessa forma, para a realização da análise e pesquisa dos fornecedores do restaurante Bella Itália, foram selecionados critérios de análise julgados como cruciais para a seleção de bons fornecedores e notas aplicadas em cima destes critérios, que estão entre ótimo, bom, regular e ruim. Os critérios foram: atendimento, prazo de entrega, condições de pagamento (prazo ou boleto), garantia dos produtos quanto à qualidade e não violação, pontualidade de entrega e o preço.

Com isso, segue abaixo as tabelas com as análises dos fornecedores do Bella Itália, separados por setor de alimentos, de móveis, de utensílios de cozinha, de eletrônicos e de bebidas. Os fornecedores escolhidos estarão destacados para melhor visualização.



### ESTUDO DOS FORNECEDORES DE ALIMENTOS

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor "A"	Bom	Regular	Ruim	Bom	Bom	Bom
Fornecedor "B"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "C"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "D"	Regular	Bom	Ruim	Regular	Bom	Regular
Fornecedor "E"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "F"	Bom	Ruim	Regular	Bom	Regular	Ruim
Fornecedor "G"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom	Bom
Fornecedor "H"	Bom	Ruim	Regular	Regular	Ruim	Bom

A análise do estudo de fornecedores de alimentos mostra que entre os citados, optou-se pelos fornecedores "B", "C", "E" e "G". Como foram observados, os mesmos mostram qualidade nos fatores estudados, destacando-se entre os demais fornecedores. Como as receitas feitas pelo Bella Itália usufruem de vários tipos de ingredientes existentes em várias regiões, é necessário ter a presença de mais de um fornecedor de alimento, para que o restaurante não se prenda a um único fornecedor.

Dentre os temas analisados, pode-se citar a pontualidade, para que não haja ausência de produtos alimentícios no estoque, o que é de grande valia para um restaurante. Em relação à qualidade, o fornecedor deve estar ciente de que é um fato que deve ser levado extremamente em conta, pois o restaurante Bella Itália pretende oferecer os alimentos de melhor qualidade e padrão. O restaurante estará ciente da quantidade de produtos que serão pedidos e o período que deverá ser entregue, por conta de produtos alimentícios serem facilmente degradáveis. Vale destacar que todos os fornecedores selecionados são distribuidoras, ou seja, os alimentos vêm de outras regiões, por isso são mais baratos do que se os fornecedores alimentícios fossem apenas de Presidente Epitácio.



### ESTUDO DOS FORNECEDORES DE MÓVEIS

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor "A"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "B"	Ótimo	Regular	Bom	Bom	Regular	Regular
Fornecedor "C"	Ruim	Ruim	Ótimo	Bom	Ruim	Ruim
Fornecedor "D"	Bom	Bom	Ótimo	Bom	Bom	Ótimo

Na análise dos fornecedores de móveis foi verificado que o fornecedor "A" apresentou preços regulares, quando comparado aos demais fornecedores. Também deve ser levado em conta as condições de pagamento que o mesmo oferece, o que facilita muito para o Bella Itália ao se realizar uma compra, que será feita unicamente. Todo fornecedor deve dar garantia sobre o produto vendido, para que haja segurança e comprometimento com o cliente, como é o caso do fornecedor "A". O fator atendimento é importante para que o vendedor assuma as responsabilidades estabelecidas pelo fornecedor e novamente passe segurança, fora isso, este fornecedor é de fácil acesso por estar localizado em Presidente Epitácio, sendo uma loja de grande porte e renome.

### ESTUDO DOS FORNECEDORES DE UTENSÍLIOS DE COZINHA

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor "A"	Bom	Regular	Ruim	Regular	Ótimo	Bom
Fornecedor "B"	Ótimo	Ruim	Bom	Bom	Regular	Regular
Fornecedor "C"	Ruim	Ruim	Ótimo	Bom	Ruim	Ruim
Fornecedor "D"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo

Nesse estudo de fornecedor de utensílios de cozinha foi analisado que o fornecedor "D" é mais condizente com os aspectos de análise, em razão de: ter um ótimo atendimento, em que parte dos produtos são a pronta entrega e os que são encomendados chegam a um tempo menor em relação aos outros fornecedores; as condições de pagamento e garantia dos produtos são de maior referência no mercado, assim como o preço que é acessível; há



vantagem logística em relação aos outros fornecedores, pois se localiza em Presidente Epitácio, na avenida Presidente Vargas, não tendo custos com o frete das mercadorias.

Este fornecedor possui um grande respeito dentro do mercado da cidade devido a seu compromisso com os clientes e qualidade no serviço oferecido, possuindo um histórico positivo nos seus quinze anos de mercado.

#### ESTUDO DOS FORNECEDORES DE ELETRÔNICOS

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor "A"	Bom	Ruim	Ruim	Bom	Regular	Ótimo
Fornecedor "B"	Bom	Ruim	Bom	Regular	Ruim	Bom
Fornecedor "C"	Regular	Bom	Bom	Bom	Regular	Bom
Fornecedor "D"	Bom	Ruim	Regular	Ótimo	Ruim	Bom
Fornecedor "E"	Ótimo	Ótimo	Ruim	Ruim	Ruim	Regular
Fornecedor "F"	Bom	Regular	Bom	Bom	Ruim	Regular
Fornecedor "G"	Bom	Bom	Bom	Regular	Ruim	Regular
Fornecedor "H"	Ruim	Ruim	Ruim	Bom	Regular	Bom
Fornecedor "I"	Bom	Bom	Regular	Bom	Ruim	Ruim
Fornecedor "J"	Bom	Ruim	Ruim	Regular	Bom	Ótimo
Fornecedor "K"	Regular	Bom	Ruim	Regular	Ruim	Bom
Fornecedor "L"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo

Na análise dos doze fornecedores de eletrônicos, pode ser observado que o fornecedor "L" é o mais viável em comparação aos demais, principalmente ao prazo de entrega e o preço, por ter uma grande quantidade de produtos diversificados, ressaltando a garantia e qualidade por este oferecido.

A empresa apresenta boa referência no mercado de *e-commerce* e lojas físicas por todo território nacional. A compra dos produtos será realizada pela internet, devido ao preço à vista obter mais desconto do que na loja física, tendo uma de suas filiais em Presidente Epitácio.



### ESTUDO DOS FORNECEDORES DE BEBIDAS

Itens de avaliação	Atendimento	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Garantia dos produtos	Pontualidade de Entrega	Preço
Fornecedor "A"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "B"	Ruim	Regular	Bom	Regular	Bom	Regular
Fornecedor "C"	Bom	Bom	Bom	Regular	Ruim	Regular
Fornecedor "D"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo
Fornecedor "E"	Regular	Ruim	Bom	Ruim	Bom	Bom
Fornecedor "F"	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo

Nesse estudo foram escolhidos três fornecedores de bebidas distintos, sendo fornecedor "A" polpa de sucos, fornecedor "D" de águas, refrigerantes e cervejas e fornecedor "F" de vinhos.

O fornecedor "A" se destacou devido à qualidade e variedade de polpas, o preço adequado neste mercado e um ótimo atendimento diferenciado, pois, além de atender pessoalmente, atende também via telefone e aplicativo de celular móvel, *WhatsApp*. O segundo fornecedor de bebidas é o fornecedor "D". Trata-se de uma conveniência em que seu preço e prazo de entrega se sobressaem em relação aos outros fornecedores, como por exemplo, o fato de sua localização estar na cidade de Presidente Epitácio, na rua Maceió, trazendo assim certa tranquilidade; Foi selecionado uma conveniência devido ao consumo inicial de bebidas ser pequeno, pois um distribuidor direto requer um volume de pedido maior para ser entregue no Bella Itália. Por último, mas tão importante quanto os outros, apresenta-se o fornecedor "F", que comercializará vinhos para o restaurante. Situado em Presidente Epitácio, este fornecedor atua no ramo de nacionais e importados. Dentro da sua organização possui um setor de vinhos de alta qualidade, dos mais variados níveis de degustação, tendo dos mais simples aos mais sofisticados, contendo catálogos informativos para que o consumidor possa ter acesso ao que ele deseja, como escolha de sabores, épocas, marcas e origens.

Após a avaliação e análise dos fornecedores, foram selecionados aqueles mais viáveis para o restaurante Bella Itália, como revelado



anteriormente. Desse modo, apresenta-se a seguir, as tabelas contendo os itens e utensílios que serão comprados dos fornecedores selecionados, mostrando cada produto com os preços unitários a serem pagos, o prazo de entrega, as condições de pagamento e a localização do fornecedor.

FORNECEDOR 1 – ALIMENTOS				
Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Berinjela kg	R\$ 1,72	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	PRESIDENTE PRUDENTE
Abobrinha kg	R\$ 3,05	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Cebola kg	R\$ 3,28	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Pimentão Verde kg	R\$ 5,02	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Pimentão Amarelo kg	R\$ 14,00	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Pimentão Vermelho kg	R\$ 9,09	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Alho kg	R\$ 18,50	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Manjeriço kg	R\$ 4,00	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Nabo kg	R\$ 4,50	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Brócolis kg	R\$ 9,64	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Salsa kg	R\$ 2,40	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Repolho kg	R\$ 2,23	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Cenoura kg	R\$ 2,45	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Alho Poró kg	R\$ 4,00	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Cebolinha kg	R\$ 2,40	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Tomate kg	R\$ 2,70	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Aipo kg	R\$ 7,32	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Batata kg	R\$ 2,38	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Cheiro Verde kg	R\$ 4,77	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Limão kg	R\$ 3,64	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Rúcula kg	R\$ 3,00	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Laranja kg	R\$ 1,25	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Cebola Roxa kg	R\$ 6,46	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Ovo Unidade	R\$ 0,28	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	
Folhas de Salvia kg	R\$ 5,59	1 dia útil	Boleto 21 dias/À Vista	



### FORNECEDOR 2 – ALIMENTOS

Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Azeite de Oliva 500ml	R\$ 6,25	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	JUNQUEIRÓPOLIS
Açúcar 5 kg	R\$ 8,38	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Alcaparra 200ml	R\$ 4,23	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Catchup kg	R\$ 2,55	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Mostarda kg	R\$ 2,55	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Sal kg	R\$ 0,56	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Arroz 5 kg	R\$ 10,33	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Margarina 25kg	R\$ 72,21	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Farinha de Trigo 25kg	R\$ 45,50	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Óleo 900ml	R\$ 3,13	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Molho de Tomate kg	R\$ 1,24	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Creme de Leite 200ml	R\$ 2,47	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Vinho Branco 750ml	R\$ 10,73	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Pimenta 400ml	R\$ 7,46	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Leite 1L	R\$ 2,46	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Fermento em Pó 2kg	R\$ 24,50	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Farinha de Rosca 500gr	R\$ 3,48	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Café Expresso 500gr	R\$ 12,18	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Bolacha Champanhe 180gr	R\$ 2,37	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Cacau em Pó 200gr	R\$ 11,31	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Gelatina Sem Sabor 24gr	R\$ 3,17	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	



Essência de Baunilha 30ml	R\$ 2,47	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	
Queijo Ralado 50gr	R\$ 2,04	3 dias úteis	Boleto 28 dias/ À Vista	

### FORNECEDOR 3 - ALIMENTOS

Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Queijo Parmesão kg	R\$ 22,90	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	UMJARAMA - PR
Champignon kg	R\$ 32,50	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Mussarela kg	R\$ 18,82	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Requeijão kg	R\$ 17,45	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Provolone kg	R\$ 25,50	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Cheddar kg	R\$ 22,00	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Calabresa kg	R\$ 8,00	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Bacon kg	R\$ 9,81	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Bacalhau kg	R\$ 35,00	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Capeletti (Sabores) pct 400gr	R\$ 6,68	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Acém kg	R\$ 10,64	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Peito de Frango kg	R\$ 7,30	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Ricota kg	R\$ 8,90	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Camarão kg	R\$ 81,20	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Carne Seca kg	R\$ 17,00	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Presunto kg	R\$ 14,56	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Catupiry kg	R\$ 9,95	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Queijo Gorgonzola kg	R\$ 32,20	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Salmão kg	R\$ 25,90	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Filé de Linguado kg	R\$ 29,99	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Filé de Congrio kg	R\$ 34,99	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Filé de Tilápia kg	R\$ 23,90	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Filé Mignon kg	R\$ 23,39	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	
Contra Filé kg	R\$ 18,14	4 dias úteis	Boleto 28 dias/ À vista	



FORNECEDOR 4 - ALIMENTOS				
Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Tomate Sem Semente kg	R\$ 4,36	4 dias úteis	Boleto 28 dias	S. JOSÉ DO RIO PRETO
Orégano 50gr	R\$ 2,60	4 dias úteis	Boleto 28 dias	
Pimenta do Reino 40gr	R\$ 3,87	4 dias úteis	Boleto 28 dias	
Cravo da Índia 20gr	R\$ 2,64	4 dias úteis	Boleto 28 dias	
Folha de Louro 10gr	R\$ 1,10	4 dias úteis	Boleto 28 dias	
Caldos Diversos 57gr	R\$ 0,70	4 dias úteis	Boleto 28 dias	

FORNECEDOR 5 - MÓVEIS				
Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Conjunto Mesa C/ 4 Cadeiras	R\$ 399,00	5 dias úteis	À Vista/Cartão	PRESIDENTE EPITÁCIO
Conjunto Mesa C/ 4 Cadeiras Infantil	R\$ 96,09	5 dias úteis	À Vista/Cartão	
Cadeira Infantil de Jantar	R\$ 94,91	5 dias úteis	À Vista/Cartão	
Banquetas	R\$ 59,90	Pronta Entrega	À Vista/Cartão	
Balcão do Caixa/Atendimento	R\$ 225,90	5 dias úteis	À Vista/Cartão	
Jogo Poltronas Recepção	R\$ 1.244,10	5 dias úteis	À Vista/Cartão	
Suporte Vinho de Parede	R\$ 59,90	5 dias úteis	À Vista/Cartão	

FORNECEDOR 6 – UTENSÍLIOS DE COZINHA				
Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Conjunto de Panelas Alumínio	R\$ 99,99	10 dias úteis	À Vista/Cartão	PRESIDENTE EPITÁCIO
Conjunto de Pratos 6 Peças	R\$ 28,04	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Kit Talheres Inox 24 Peças	R\$ 42,35	7 dias úteis	À Vista/Cartão	



Kit Escumadeira e Concha	R\$ 19,99	10 dias úteis	À Vista/Cartão
Conjunto Copos de Vidros C/24	R\$ 47,76	Pronta Entrega	À Vista/Cartão
Taças de Vinhos	R\$ 4,99	Pronta Entrega	À Vista/Cartão
Conjunto de Tempero	R\$ 8,90	Pronta Entrega	À Vista/Cartão
Porta Guardanapo Inox	R\$ 11,20	Pronta Entrega	À Vista/Cartão
Toalhas de Mesa	R\$ 14,99	10 dias úteis	À Vista/Cartão
Relógio de Parede	R\$ 14,90	Pronta Entrega	À Vista/Cartão

#### FORNECEDOR 7 – ELETRÔNICOS

Item	Preço	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Freezer 4 Portas Vertical	R\$ 3.990,00	11 dias úteis	À Vista/Cartão	INTERNET
Freezer 2 Portas Horizontal	R\$ 2.249,00	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Geladeira	R\$ 795,53	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Fritadeira de Batata Dupla	R\$ 399,90	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Coifa	R\$ 809,10	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Fogão Industrial 5 Bocas C/ Forno	R\$ 1.035,99	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Máquina de Massa 6 Tipos	R\$ 799,00	7 dias úteis	À Vista/Cartão	
Microondas	R\$ 290,63	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Computador	R\$ 680,00	7 dias úteis	À Vista/Cartão	
Telefone Fixo	R\$ 36,90	7 dias úteis	À Vista/Cartão	
Cortina de Ar	R\$ 497,00	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Ar Condicionado 30000 btus	R\$ 3.039,05	15 dias úteis	À Vista/Cartão	
Home Theater	R\$ 223,00	11 dias úteis	À Vista/Cartão	



Máquina de Café Expresso	R\$ 195,90	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Comandas eletrônicas e Software	R\$ 1.115,00	11 dias úteis	À Vista/Cartão	
Máquina de Cartão Moderninha Pag Seguro	R\$ 718,80	15 dias úteis	À Vista/Cartão	

#### FORNECEDOR 8 – BEBIDAS

Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Polpa de Caju pct c/10 un.	R\$ 8,00	7 dias úteis	À vista/Cheque	PRESIDENTE PRUDENTE
Polpa de Maracujá pct c/10 un.	R\$ 10,00	7 dias úteis	À vista/Cheque	
Polpa de Melão pct c/10 un.	R\$ 5,80	7 dias úteis	À vista/Cheque	
Polpa de Morango pct c/10 un.	R\$ 8,00	7 dias úteis	À vista/Cheque	
Polpa de Abacaxi c/ Hortelã pct c/10 un.	R\$ 7,00	7 dias úteis	À vista/Cheque	
Polpa de Abacaxi pct c/10 un.	R\$ 6,00	7 dias úteis	À vista/Cheque	
Polpa de Uva pct c/10 un.	R\$ 8,00	7 dias úteis	À vista/Cheque	
Polpa de Acerola pct c/10 un.	R\$ 6,00	7 dias úteis	À vista/Cheque	

#### FORNECEDOR 9 – BEBIDAS

Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Vinho Chileno Santa Helena Reservado 750ml	R\$ 24,90	2 dias úteis	À vista/Cartão	PRESIDENTE EPITÁCIO
Vinho tinto Bordô Suave Quinta Moraes 720ml	R\$ 19,25	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Vinho Italiano Barbera La Quercia 750ml	R\$ 44,90	7 dias úteis	À vista/Cartão	
Vinho Soprana Lambrusco Emilia Rosso Secco	R\$ 29,00	7 dias úteis	À vista/Cartão	



### FORNECEDOR 10 – BEBIDAS

Item	Preço Unitário	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Água Mineral s/ gás 500ml	R\$ 1,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	PRESIDENTE EPITÁCIO
Água Mineral c/ gás 500ml	R\$ 1,25	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Água Tônica 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Cerveja Brahma 350ml	R\$ 2,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Cerveja Brahma 600ml	R\$ 4,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Cerveja Cristal 350ml	R\$ 1,75	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Cerveja Cristal 600ml	R\$ 2,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Cerveja Skol 350ml	R\$ 2,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Cerveja Skol 600ml	R\$ 4,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Coca-Cola 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Coca-Cola Zero 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Coca-Cola 600ml	R\$ 2,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Coca-Cola 1lts	R\$ 2,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Fanta Laranja 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Fanta Uva 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Fanta Maracujá 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Sprite 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Sprite 600ml	R\$ 2,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Guaraná 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Guaraná Zero 350ml	R\$ 1,50	2 dias úteis	À vista/Cartão	
Guaraná 600ml	R\$ 2,00	2 dias úteis	À vista/Cartão	



Guaraná 1lts	R\$ 2,50	2 dias	À vista/Cartão	
--------------	----------	--------	----------------	--



### 3. PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing ajuda a empresa a obter sucesso e vantagem competitiva frente ao mercado concorrente. Nas constantes mudanças em que o mercado se encontra, é primordial que se tenha o marketing em sua organização para que saiba identificar as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades que o mercado proporciona. Obtendo esse conhecimento diminui-se as chances de errar. O Marketing auxilia a empresa a estabelecer metas, objetivos e buscar conhecer as necessidades e desejos dos seus clientes e conseqüentemente levar a organização ao progresso, aumentando suas vendas e lucratividade.

#### 3.1 – DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

O Bella Itália comercializará pratos italianos, tais como Risoto, Spaghetti, Gnocchi (nhoque), Tortellini de Bolonha, Lasanha tradicional, Rondelli e etc. Os pratos serão servidos por unidade (prato executivo), destacando que algumas massas serão produzidas dentro do restaurante. Conforme a pesquisa de clientes realizada com os questionários, os tipos de bebidas consumidos serão o suco natural, água mineral, refrigerante, cerveja e vinho.

Figura 1 – Pratos

#### RISOTO



#### SPAGHETTI



**GNOCCHI****TORTELLINI DE BOLONHA****RONDELLI****LAZANHA TRADICIONAL**

Fonte: Os próprios autores.

### 3.2 – PREÇO

Para determinar os valores dos pratos, foi realizada uma análise dos concorrentes, para saber a forma que era cobrada o valor de cada cliente. Assim, associou-se a análise dos concorrentes com as respostas dos clientes. Foi observado que os entrevistados preferem qualidade no produto ao valor que irá pagar. Mesmo com essas informações, os preços serão menores em relação aos nossos concorrentes, devido a ser prato executivo. E esse fator se tornará um diferencial para o Bella Itália, proporcionando satisfação ao cliente.

Abaixo segue o cardápio do Bella Itália, tabelado com todos os preços.



Figura 2 – Cardápio (Página Inicial)



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido pela empresa Imagic 360).



Figura 3 – Cardápio (Massas)

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Capellette</b></li> </ul>	
Carne .....	R\$ 10,90
Queijo .....	R\$ 10,90
Frango.....	R\$ 10,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Gnocchi/nhoque com massa de batata</b> .....</li></ul>	
Carne .....	R\$ 5,90
Frango.....	R\$ 8,90
Frango.....	R\$ 7,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Rondelle</b></li> </ul>	
Presunto e Mussarela.....	R\$ 9,90
Frango com catupiry .....	R\$ 8,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Raviolli</b></li> </ul>	
Carne .....	R\$ 5,90
Frango.....	R\$ 4,90
Camarão.....	R\$ 29,90
Mussarela .....	R\$ 7,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Tortelline</b></li> </ul>	
Carne .....	R\$ 5,90
Frango.....	R\$ 4,90
Camarão.....	R\$ 29,90
Abobrinha .....	R\$ 3,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Panqueca</b></li> </ul>	
Carne .....	R\$ 7,90
Presunto e mussarela .....	R\$ 14,90
Frango e mussarela .....	R\$ 11,90
Camarão e catupiry .....	R\$ 35,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Spaguetti / Gravata/ Penni</b> .....</li></ul>	
Carne .....	R\$ 3,90
Carne .....	R\$ 5,90
Frango.....	R\$ 4,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Tagliarini (feito na manteiga)</b> .....</li></ul>	
Carne .....	R\$ 3,90
Carne .....	R\$ 5,90
Frango.....	R\$ 4,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Lasanha tradicional</b></li> </ul>	
Batata com cheddar e mussarela.....	R\$ 15,90
Calabresa com catupiry e mussarela .....	R\$ 15,90
Frango com creme de queijo e mussarela.....	R\$ 19,90
Carne com presunto e queijo .....	R\$ 15,90
Bacalhau com mussarela.....	R\$ 20,90
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lasanha Vegetariana</li> </ul>	
Abobrinha com requeijão e caldo de legumes .....	R\$ 11,90

Fonte: Os próprios autores (desenvolvido pela empresa Imagic 360).



Figura 4 – Cardápio (Molhos e Risoto)



**Molhos**

- o **Vermelho Simples**..... R\$ 3,90
- o **Branco Simples**..... R\$ 4,90
- o **Rosado** (molho branco e molho ao sugo) ..... R\$ 2,90
- o **Ao Sugo** (molho exclusivamente feito de tomates e temperos)..... R\$ 2,90
- o **Madeira** (exclusivo para carnes e acompanhamentos) ..... R\$ 6,90
- o **À Parisiense** ..... R\$ 11,90  
(molho branco, frango desfiado, presunto e ervilha)
- o **À Napolitana**..... R\$ 6,90  
(molho de tomate, alho, salsinha, orégano, azeite e calabresa)
- o **À Italiana** ..... R\$ 11,90  
(molho napolitano, azeite de oliva, pedacinhos de filé mignon e manjerição)
- o **À Primi**..... R\$ 6,90  
(molho exclusivo de tomate temperado com ervas especiais gratinadas com mozzarella de búfala e parmesão)
- o **All' Arrabiata** ..... R\$ 3,90  
(molho de tomate levemente apimentado, temperado com ervas especiais e bacon)
- o **À Moda da Casa** ..... R\$ 12,90  
(molho de tomate, azeite e azeitonas, calabresa, gorgonzola, mozzarella e catupiry gratinado)



**Risoto**

- o **De carne**
  - Filé mignon ..... R\$ 15,90
  - carne seca ..... R\$ 13,90
  - carne moída com provolone ..... R\$ 19,90
  - carne com cenoura. .... R\$ 13,90
- o **De frango**
  - Filé de frango..... R\$ 11,90
  - peito de peru com cream cheese..... R\$ 20,90
  - Filé de frango com requeijão ..... R\$ 17,90
- o **Frutos do mar**
  - Camarão ..... R\$ 29,90
  - Salmão ..... R\$ 17,90
  - Tilápia ..... R\$ 15,90

Fonte: Os próprios autores (desenvolvido pela empresa Imagic 360).



Figura 5 – Cardápio (Porções)



CARNES	
o <b>Grelhado Simples</b> .....	R\$ 14,90
o <b>4 Formaggio</b> (à milanesa com molho 4 queijos).....	R\$ 25,90
o <b>À Cavallo</b> (grelhado com ovos fritos).....	R\$ 17,90
o <b>À Fiorentina</b> (grelhado com brócolis e batatas coradas).....	R\$ 19,90
o <b>À Strogonoff</b> ..... (creme de leite, catchup, champignon e batata palha)	R\$ 24,90
o <b>Scallopine à Parmegiana</b> ..... (molho exclusivo de tomate ao sugo, gratinado com mussarela)	R\$ 18,90
o <b>Tagliata Tradicionale</b> (filé mignon, rúcula e parmesão).....	R\$ 34,90
o <b>Fillete All' Panna</b> (bife, ovo e molho com conhaque).....	R\$ 18,90
o <b>Polpettone All' à Parmegiana</b> (bolinho de carne com queijo)..	R\$ 25,90
FRANGOS	
o <b>Grelhado Simples</b> .....	R\$ 7,90
o <b>À La Boheme Gratinado</b> ..... (desossado, grelhado com creme de espinafre e catupiry)	R\$ 24,90
o <b>À Passarinho</b> (peito de frango, frito com alho e óleo).....	R\$ 9,90
o <b>Peito de Frango à Parmegiana</b> .....	R\$ 13,90
o <b>Peito de Frango Grelhado com Legumes</b> ..... ( brócolis, espinafre, cenoura, palmito e ervilha)	R\$ 21,90
FRUTOS DO MAR	
o <b>Peixe Grelhado Simples</b> .....	R\$ 21,90
o <b>Filé de Linguado</b> ..... (grelhado, com camarões, champignon e alcaparras)	R\$ 67,90
o <b>Congrio à Brasileira</b> ..... (pirão, purê, tomate e camarão com molho de uísque)	R\$ 75,90
o <b>Congrio Grelhado</b> ..... (filé de linguado grelhado com brócolis e batatas coradas)	R\$ 25,90
o <b>À Grega</b> (camarões a milanesa e mozzarella gratinada).....	R\$ 53,90

Fonte: Os próprios autores (desenvolvido pela empresa Imagic 360).



Figura 6 – Cardápio (Acompanhamentos, Combo, Sobremesa)

**Acompanhamentos**

○ Arroz Branco.....	R\$ 3,90
○ Arroz à Grega..... (arroz, queijo, presunto, ervilha, cenoura, pimentão)	R\$ 12,90
○ Creme de Milho.....	R\$ 9,90
○ Farofa Simples.....	R\$ 3,90
○ Farofa Temperada.....	R\$ 8,90
○ Polenta frita.....	R\$2,90
○ Batata Frita.....	R\$6,90

**Combo**

○ <b>Sugestão do Chefe</b> ..... (Panqueca de carne ao molho vermelho, batatas fritas fatiadas, arroz branco, farofa, filé mignon com azeite e alcaparras.)	R\$ 37,90
○ <b>Nhoque à Italiana</b> ..... (Nhoque de batatas com tempero de tomates frescos, manjeriço, azeite de oliva, alho, salsinha e orégano. Filé mignon cortado em cubos e arroz à grega.)	R\$ 42,90
○ <b>Filet</b> (batatas fritas, rondelli de presunto e queijo e arroz.)	
Frango.....	R\$ 19,90
Peixe.....	R\$ 34,90
Carne.....	R\$ 29,90
○ <b>Filet de linguado</b> ..... (ao molho de camarão, com arroz e batatas fritas.)	R\$ 30,90

**Sobremesas**

○ <b>Petit Gateau de Chocolate</b> .....	R\$ 7,90
○ <b>Pudim com essência de baunilha</b> .....	R\$ 3,90
○ <b>Banana Caramelizada</b> .....	R\$ 2,90
○ <b>Salada de Frutas Tropicais</b> .....	R\$ 3,90
○ <b>Tiramissu</b> ..... (biscoito champagne, leite condensado, licor de chocolate)	R\$ 7,90
○ <b>Panna Cotta</b> (creme de leite, gelatina e morangos).....	R\$ 9,90

Fonte: Os próprios autores (desenvolvido pela empresa Imagic 360).



Figura 7 – Cardápio (Bebidas)



o Sucos Naturais 600ml (Caju, maracujá, melão, morango, abacaxi com hortelã, abacaxi, uva, acerola, laranja natural e limão)	
Com Água: R\$5,00	
Com Leite: R\$6,00	
o Água com Gás .....	R\$ 2,50
o Água sem Gás .....	R\$ 2,00
o Vinho (adega)	
☒ Vinho Chileno Santa Helena	
Taça 400ml .....	R\$ 18,70
Garrafa 750ml .....	R\$ 34,90
☒ Vinho tinto bordô suave Quinta Moraes	
Taça 400ml .....	R\$ 14,50
Garrafa 720ml .....	R\$ 26,95
☒ Vinho Italiano Barbera La quercia	
Taça 400ml.....	R\$ 33,70
Garrafa 750ml.....	R\$ 62,90
☒ Vinho Soprana Lambrusco Emilia Rosso Secco	
Taça 400ml .....	R\$ 21,75
Garrafa 750ml.....	R\$ 40,60
o Cervejas	
Skol 350ml.....	R\$ 3,50
Skol 600ml.....	R\$ 7,00
Brahma 350ml.....	R\$ 3,50
Brahma 600ml.....	R\$ 7,00
Cristal 350ml.....	R\$ 3,00
Cristal 600ml.....	R\$ 5,00
o Refrigerante	
Coca-Cola 350ml.....	R\$ 3,00
Coca-Cola Zero 350ml.....	R\$ 3,00
Coca-Cola 600ml.....	R\$ 4,00
Coca-Cola 1L.....	R\$ 5,00
Fanta Laranja, Uva, Maracujá 350ml.....	R\$ 3,00
Sprite 350ml.....	R\$ 3,00
Sprite 600ml.....	R\$ 4,00
Guaraná Antártica 350ml.....	R\$ 3,00
Guaraná Antártica Zero 350ml.....	R\$ 3,00
Guaraná Antártica 600ml.....	R\$ 4,00
Guaraná Antártica 1L.....	R\$ 5,00

Fonte: Os próprios autores (desenvolvido pela empresa Imagic 360).



### 3.3 – ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Segue a baixo algumas estratégias de marketing que serão adotadas pelo Bella Itália a fim de atrair maiores quantidades de clientes, trazendo maior viabilidade ao negócio.

ESTRATÉGIA 1: Datas comemorativas são utilizadas como pontos fortes nas estratégias de marketing de um restaurante, de modo que alavanque o empreendimento perante o público. Pensando nisso, o Bella Itália realizará promoções especiais em datas comemorativas, tais como, Dia dos Namorados, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia da Fortuna (ou nhoque da fortuna, comemorado todo dia 29 de cada mês) e Dia do Aniversariante. O restaurante proporcionará decorações com música ambiente e as promoções adequadas com cada ocasião, para que as pessoas sintam-se interessadas pelo diferencial e consuma no Bella Itália, podendo tornar-se, futuramente, um cliente fiel à empresa. Serão realizadas promoções que consigam cativar o público, como por exemplo, no Dia dos Namorados, o casal que jantar no restaurante ganhará uma garrafa de vinho para acompanhamento da refeição; para o Dia do Aniversariante, será escolhida uma data no começo ou no fim de cada mês, para todos os clientes que sempre frequentam o Bella Itália, participar da promoção, que será: no consumo de uma refeição, ganha-se uma sobremesa, um desconto ou acompanhamento.

ESTRATÉGIA 2: O marketing digital para o Bella Itália também será um ponto estratégico muito forte, como apontado pela pesquisa de análise de mercado. O grande alcance de público é uma das maiores vantagens em relação ao marketing tradicional, pensando que Presidente Epitácio é uma estância turística e que em altas temporadas pessoas da região vem para a cidade. Diante destes fatos, o restaurante efetuará promoções e divulgação em redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*, para que, por exemplo, o cliente que curtir a página do Bella Itália no *Facebook* e compartilhar a foto promocional com a legenda “prato do dia”, marcando mais 10 amigos(as) estará automaticamente participando da promoção no qual concorrerá a



refeição da imagem. Outra ferramenta que poderá ser utilizada como vantagem para o restaurante, é o *WhatsApp*, e poderá ser explorado como estratégia apenas nas divulgações das promoções, sem concorrer as ofertas e promoções oferecidos pelo Bella Itália. O *Facebook* e o *Google* também serão utilizados como ferramenta de divulgação para o restaurante, sendo pago uma taxa mensal para patrocínio e divulgação. Por exemplo, a pessoa que pesquisar, no *Google*, o nome “Bella Itália”, será direcionada para a página de divulgação da empresa no *Facebook*, mostrando também a localização e telefone deste, para que a pessoa consiga vir ao restaurante, conhecê-lo e consumir.

**ESTRATÉGIA 3:** O marketing de boca a boca também é muito expressivo, além de não gerar custos financeiros, há um amplo campo de divulgação, devido a informação ser passado de pessoa para pessoa. Como indicado na pesquisa realizada, muitas pessoas de Presidente Epitácio se informam sobre acontecimentos da cidade por meio do boca a boca. Por isso, além da empresa realizar promoções por meio do marketing tradicional, utilizando folders, revistas e outras mídias tradicionais, em locais estratégicos como em frente de escolas, na avenida principal, centros empresarias e em frente aos bancos, o restaurante tentará buscar o máximo da excelência na qualidade dos produtos e serviços, para que os clientes tornem os principais divulgadores do Bella Itália, por meio do boca a boca, trazendo vantagens para a empresa por ter um baixo investimento, mas que reforça o que será dito no marketing virtual e tradicional com a propaganda gratuita dos próprios frequentadores do restaurante, motivando uma maior força de venda e aumentando a boa imagem do Bella Itália. Vale destacar que o marketing de boca a boca, além de ser praticado pelos clientes, pode ser praticado pelos colaboradores do restaurante, a partir do momento em que estão contentes com seu trabalho, vestindo a camisa da empresa e sendo fiel a ela.

**ESTRATÉGIA 4:** O programa de fidelidade do cliente para restaurantes é uma excelente estratégia de marketing, pensando que os clientes que sempre frequentam um mesmo local, gostam de descontos e promoções por



estarem sempre presentes naquela empresa. A política de fidelidade ao cliente trás altos benefícios a empresa, tanto em aspectos financeiros e publicitários quanto de vantagem competitiva, principalmente em locais que há bastante empresas que trabalham no mesmo ramo. Dessa forma, o Bella Itália realizará ações de marketing que incentivem a população epítaciana a criarem o hábito de frequentar o restaurante por meio de uma política de fidelidade do cliente. No dia da primeira visita (consumação) do cliente, este receberá um cartão, chamado cartão fidelidade, e cada vez que o cliente visitar o restaurante receberá um adesivo no seu cartão fidelidade. Dessa forma, quando a pessoa tiver um total de cinco adesivos, terá direito a uma refeição gratuita.

**ESTRATÉGIA 5:** Utilizando do marketing tradicional, o Bella Itália fará uso de Folders promocionais, para divulgar a inauguração do estabelecimento e novidades que o restaurante venha oferecer. E assegurando que o cliente divulgará para algum amigo, e não jogará o folder no lixo, será colocado em destaque nos panfletos e Folders, que com a apresentação do mesmo o cliente ganhará uma taça de vinho e entre outras promoções.

**ESTRATÉGIA 6:** Como conclusão, é essencial que a empresa tenha um *feedback* com o cliente, afim de saber qual o grau de satisfação dos serviços oferecidos pelo Bella Itália. Esse *feedback* ocorrerá no momento em que o cliente for até o caixa para efetuar o pagamento, sendo entregue um pequeno questionário, para que este possa responder, colocando o questionário respondido em uma urna sem identificação, e ao final de toda semana os resultados serão apurados.

Segue abaixo o modelo de questionário que será distribuído aos clientes:



#### Quadro 1 – Questionário pós-consumo para os clientes

- 1- O que você achou do estabelecimento/ambiente?
  - Bom
  - Regular
  - Ruim
- 2- Qual nota você atribui, de 0 à 10, ao atendimento oferecido? Descreva.  
\_\_\_\_\_.
- 3- O que você achou da refeição?
  - Bom
  - Regular
  - Ruim
- 4- Você considera que o valor pago pelo prato foi:
  - Alto
  - Médio
  - Baixo
- 5- Você retornaria ao Bella Itália?
  - Sim
  - Não

***Fim! Obrigado por responder o questionário!***

**Fonte:** Os próprios autores.

#### 3.4 – ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

O Bella Itália efetuará a comercialização de pratos típicos da região italiana, trazendo um pouco da cultura gastronômica da Itália para Presidente Epitácio. A comercialização das refeições será feito através do contato direto com o cliente, que poderá consumir no próprio restaurante ou levar para sua residência, ou também via telefone, dando a opção do cliente ir buscar no restaurante ou contratar um serviço de entrega (*delivery*). Destacando que as



entregas serão realizadas através de um *motoboy* contratado somente quando houver necessidade. O pagamento será feito pelo cliente e será cobrado de acordo com a localização do seu endereço.

### 3.5 – LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

**ENDEREÇO:** Rua Maceió Nº 1343

**BAIRRO:** Centro

**CIDADE:** Presidente Epitácio

**ESTADO:** São Paulo

**TELEFONE 1:** 18 3281 7070

**TELEFONE 2:** 9.9696-3737

**TELEFONE 3:** 9.8184-9163

Após pesquisas realizadas com os possíveis clientes do restaurante Bella Itália, a Rua Maceió foi identificada como o melhor ponto para a abertura do negócio. O público alvo demonstrou interesse neste local, devido ser uma rua mais tranquila e com facilidade de estacionamento. Vale lembrar que grande parte dos restaurantes e lanchonetes de Presidente Epitácio estão localizados nessa rua.



#### 4. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional tem como função principal apresentar, analisar e organizar a maneira de desenvolver as atividades da empresa, desde os serviços prestados e os produtos vendidos, até a forma de como vão ser produzidos. Para que assim, sejam enxergados os pontos que podem ser melhorados, e não ocorram erros operacionais, agregando valor aos produtos e serviços do Bella Itália. Os processos desempenhados na produção do restaurante serão formulados neste plano. Segue abaixo a apresentação do desenvolvimento do plano operacional do Bella Itália, acompanhado de sua estrutura física.

##### 4.1 – LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

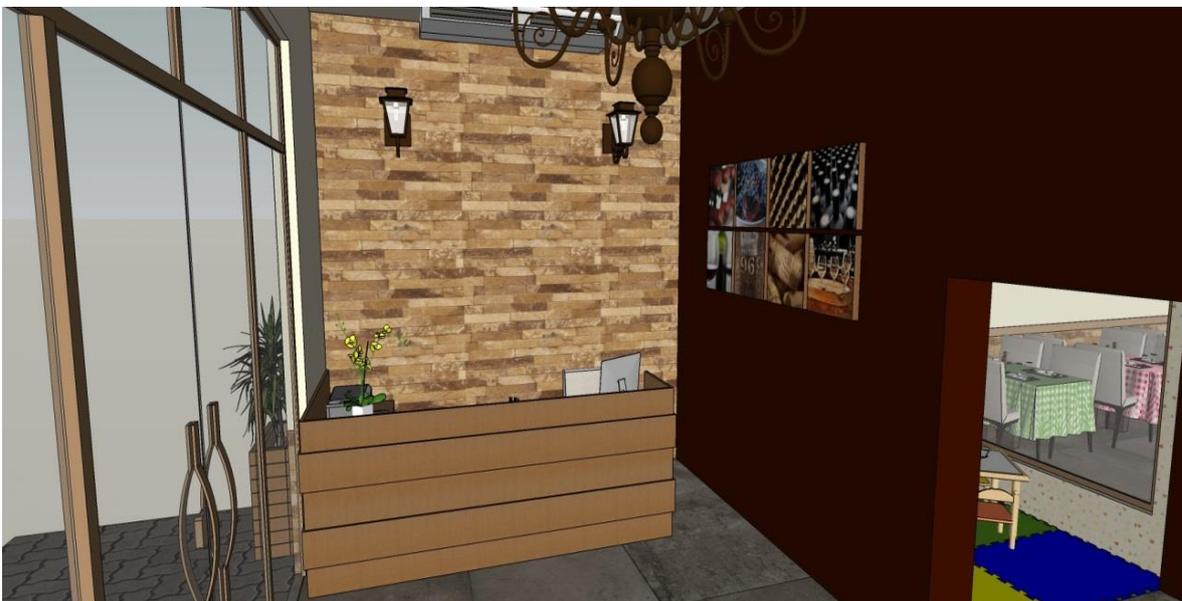
Figura 8 – Fachada



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

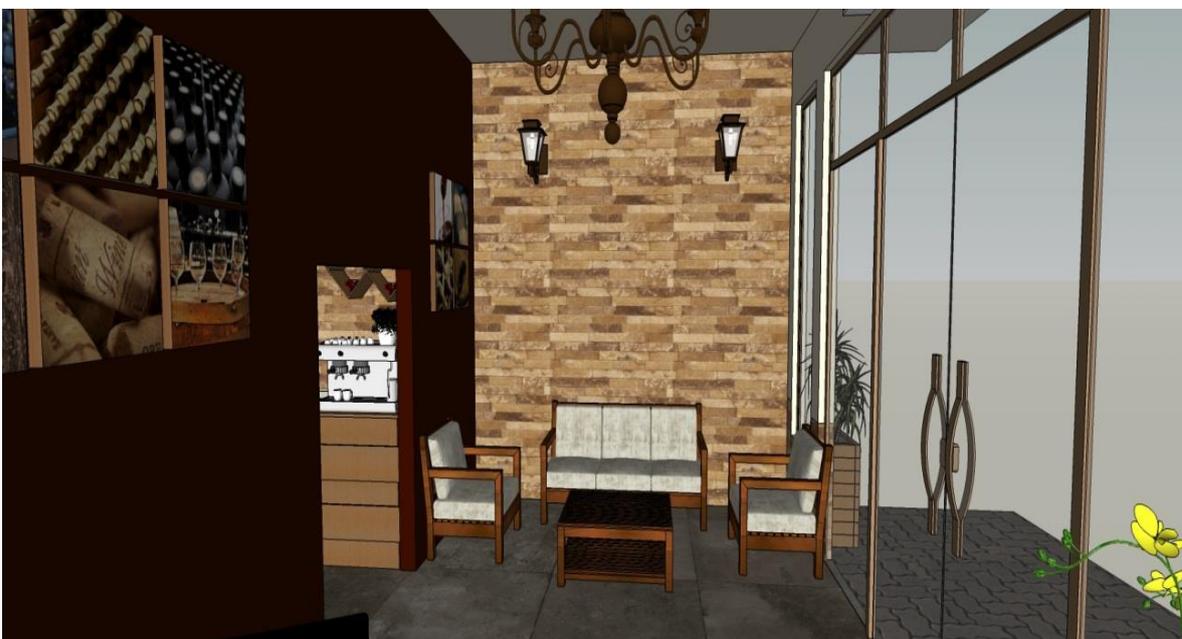


Figura 9 – Recepção 1



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 10 – Recepção 2



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).



Figura 11 – Balcão de Pedidos



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 12 – Espaço Infantil



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).



Figura 13 – Área das Mesas



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 14 – Fraldário e Entrada dos Banheiros



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 15 – Banheiro 1



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

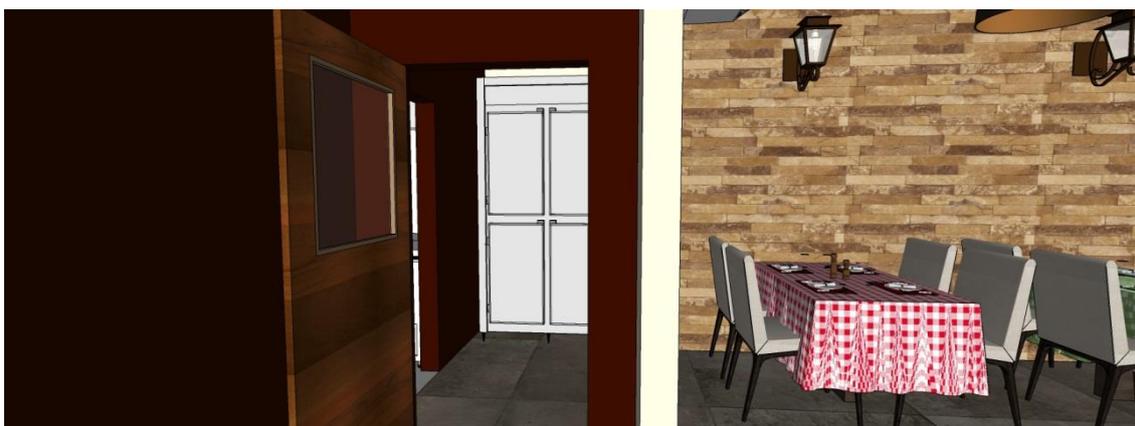


Figura 16 – Banheiro 2 (Para Portadores de Necessidades Especiais)



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 17 – Entrada da Cozinha



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 18 – Cozinha 1



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).



Figura 19 – Cozinha 2



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 20 – Cozinha 3



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).

Figura 21 – Cozinha 4



Fonte: Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira).



Figura 22 – Banheiro dos Funcionários



**Fonte:** Os próprios autores (desenvolvido por Thamirez Oliveira)

#### 4.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA E DE ATENDIMENTO

A capacidade produtiva do Bella Itália deve ser baseada no equilíbrio da capacidade dos colaboradores encontrada nos dias que terá um menor fluxo de pessoas (terça, quarta e quinta), e nos dias em que haverá grande movimentação de pessoas (dias de inauguração, sexta, sábado e domingo). Com isso, os colaboradores terão a capacidade de produzir 18 pratos por hora, dando um total de 90 pratos feitos por dia. Somando a capacidade produtiva de todos os dias que o estabelecimento estará aberto (Terças à Domingos), dá-se aos colaboradores do Restaurante Bella Itália uma capacidade produtiva de produzir 540 pratos por semana. Vale destacar que o cozinheiro e ajudante chegarão uma hora antecipada à abertura do restaurante para a preparação da cozinha.

O Restaurante Bella Itália terá disponível em seu espaço dezoito mesas com quatro cadeiras cada, contendo uma capacidade máxima de comportar até setenta e dois clientes, além da área infantil com duas mesas de quatro cadeiras cada, comportando oito crianças sentadas e mais seis crianças brincando em pé, totalizando um limite de quatorze crianças.

Toda a estrutura do restaurante é baseada em satisfazer de maneira aprimorada e eficiente a todos os clientes, atendendo a todos de forma



igualitária e dando a atenção necessária. O resultado da capacidade de atendimento do Bella Itália permite uma organização adequada a todos os dias de expediente, seja em dias de grande movimento ou de pouco fluxo de pessoas no restaurante.

#### 4.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS

Ao entrar no restaurante, o cliente receberá a comanda eletrônica<sup>1</sup> unitária, onde o garçom irá inserir o pedido feito pelo cliente, que terá o valor a ser pago e será enviado para a cozinha através do sistema, praticando o *just in time*. Na saída do estabelecimento, o cliente levará a comanda até o caixa, onde será reconhecido no sistema o valor gasto, verificando seu consumo e dando baixa em cada comanda.

Figura 23 – Fluxo de processos organizacionais do Bella Itália.



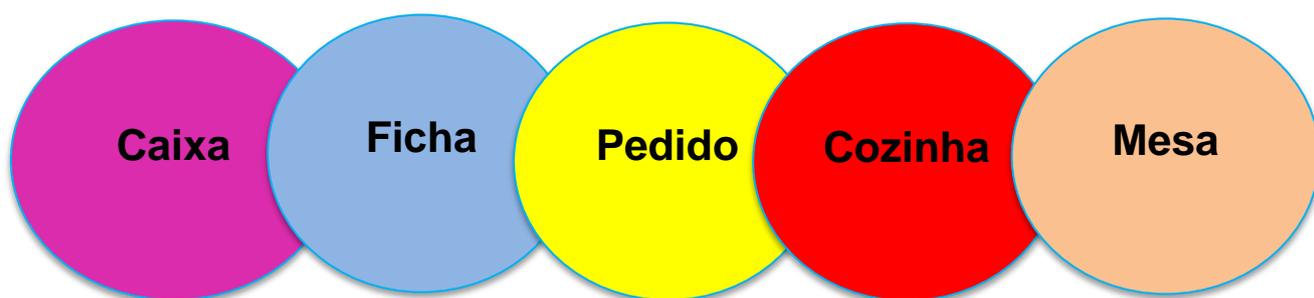
Cozinha: Os pedidos serão enviados através do balcão do garçom diretamente para a cozinha, direcionados pelo sistema, pois haverá um computador de acesso para os cozinheiros. Além de ser enviado para o

<sup>1</sup> Comanda Eletrônica: Objeto com código de barras e numeração utilizado para fazer a realização dos pedidos do cliente através do garçom por meio de um software.



computador da cozinha, o garçom lançará nas comandas unitárias dos clientes; em seguida o pedido será preparado na cozinha e levada à mesa do cliente.

Figura 24 – Processo Operacional: Funcionamento Do Sistema.



#### 4.4 – NECESSIDADE DE PESSOAL

Quantidade	Cargo/função	Qualificações necessárias
1	Garçom	Experiência no ramo
1	Cozinheira	Experiência no ramo
1	Ajudante de cozinha	Experiência no ramo



## 5. PLANO FINANCEIRO

A seguir será apresentada toda a parte financeira da empresa.

### 5.1 – ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

#### A – MAQUINAS E EQUIPAMENTOS

<b>Máquinas e Equipamentos</b>				
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Freezer 4 Portas Vertical	1	R\$ 3.990,00	R\$ 3.990,00
2	Freezer 2 Portas Horizontal	1	R\$ 2.249,00	R\$ 2.249,00
3	Geladeira	1	R\$ 795,53	R\$ 795,53
4	Fritadeira de Batata Dupla	1	R\$ 399,90	R\$ 399,90
5	Coifa	1	R\$ 809,10	R\$ 809,10
6	Fogão Industrial 5 Bocas C/ Forno	1	R\$ 1.035,99	R\$ 1.035,99
7	Máquina de Massa 6 Tipos	1	R\$ 799,00	R\$ 799,00
8	Microondas	1	R\$ 290,63	R\$ 290,63
9	Computador	3	R\$ 680,00	R\$ 2.040,00
10	Telefone Fixo	1	R\$ 36,90	R\$ 36,90
11	Cortina de Ar	1	R\$ 497,00	R\$ 497,00
12	Ar Condicionado 30000btus	2	R\$ 3.039,05	R\$ 6.078,10
13	Home Theater	1	R\$ 223,00	R\$ 223,00



14	Máquina de Café Expresso	1	R\$ 195,90	R\$ 195,90
15	Comanda eletrônicas e Software	1	R\$ 1.115,00	R\$ 1.115,00
16	Máquina de Cartão Moderninha Pag Seguro	1	R\$ 718,80	R\$ 718,80
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 21.273,85</b>

## B – MOVEIS E UTENSÍLIOS

<b>Móveis e Utensílios</b>				
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Conjunto Mesa C/ 4 Cadeiras	18	R\$ 399,00	R\$ 7.182,00
2	Conjunto Mesa C/ 4 Cadeiras Infantil	2	R\$ 96,09	R\$ 192,18
3	Cadeira Infantil de Jantar	5	R\$ 94,91	R\$ 474,55
4	Banquetas	2	R\$ 59,90	R\$ 119,80
5	Balcão do caixa/atendimento	2	R\$ 225,90	R\$ 451,80
6	Jogo Poltronas Recepção	1	R\$ 1.244,10	R\$ 1.244,10
7	Suporte vinho de parede	1	R\$ 59,90	R\$ 59,90
8	Conjunto de Panelas Alumínio	2	R\$ 99,99	R\$ 199,98
9	Conjunto de Pratos 6 Peças	16	R\$ 28,04	R\$ 448,64
10	Kit Talheres Inox 24 Peças	6	R\$ 42,35	R\$ 254,10
11	Kit Escumadeira e Concha	4	R\$ 19,99	R\$ 79,96
12	Conjunto Copos de Vidros C/24	6	R\$ 47,76	R\$ 286,56
13	Taças de Vinhos	72	R\$ 4,99	R\$ 359,28
14	Conjunto de Tempero	24	R\$ 8,90	R\$ 213,60
15	Porta Guardanapo Inox	24	R\$ 11,20	R\$ 268,80



16	Toalhas de Mesa	30	R\$ 14,99	R\$ 449,70
17	Relógio de Parede	1	R\$ 14,90	R\$ 14,90
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 12.299,85</b>

<b>Total de Investimentos Fixos</b>		
Item	Descrição	Valor
1	Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.273,85
2	Móveis e Utensílios	R\$ 12.299,85
4	Investimentos Pré-Operacional	R\$ 31.539,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 65.112,70</b>

## 5.2 – CAPITAL DE GIRO

### A – ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL

<b>Estoque Inicial</b>				
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Caapelette	23	R\$ 6,10	R\$ 140,30
2	Gnocchi de Carne	30	R\$ 5,30	R\$ 159,00
3	Gnocchi de Frango	28	R\$ 4,64	R\$ 129,92
4	Rondelle de Presunto e Mussarela	30	R\$ 5,46	R\$ 163,80
5	Rondelle de Frango c/ Catupiry	30	R\$ 4,90	R\$ 147,00
6	Raviolli de Carne	20	R\$ 3,04	R\$ 60,80
7	Raviolli de Frango	22	R\$ 2,38	R\$ 52,36
8	Raviolli de Camarão	12	R\$ 17,16	R\$ 205,92
9	Raviolli de Mussarela	15	R\$ 4,68	R\$ 70,20
10	Tortelline de Carne	18	R\$ 3,04	R\$ 54,72
11	Tortelline de Frango	18	R\$ 2,38	R\$ 42,84
12	Tortelline de Camarão	15	R\$ 17,16	R\$ 257,40
13	Tortelline de Abobrinha	15	R\$ 1,53	R\$ 22,95
14	Panqueca de Carne	25	R\$ 3,76	R\$ 94,00
15	Panqueca de Presunto e Mussarela	24	R\$ 8,31	R\$ 199,44
16	Panqueca de Frango e Mussarela	20	R\$ 6,86	R\$ 137,20



17	Panqueca de Camarão e Catupiry	12	R\$ 20,86	R\$ 250,32
18	Spaguetti de Carne	55	R\$ 3,04	R\$ 167,20
19	Spaguetti de Frango	45	R\$ 2,38	R\$ 107,10
20	Tagliarini de Carne	18	R\$ 3,32	R\$ 59,76
21	Tagliarini de Frango	18	R\$ 2,66	R\$ 47,88
22	Lasanha de Batata c/ Cheddar e Mussarela	28	R\$ 8,91	R\$ 249,48
23	Lasanha de Calabresa c/ Catupiry e Mussarela	25	R\$ 8,84	R\$ 221,00
24	Lasanha de Frango com Creme de Queijo e Mussarela	24	R\$ 11,79	R\$ 282,96
25	Lasanha de Carne c/ Presunto e Queijo	25	R\$ 8,96	R\$ 224,00
26	Lasanha de Bacalhau c/ Mussarela	26	R\$ 11,66	R\$ 303,16
27	Lasanha Vegetariana	20	R\$ 6,64	R\$ 132,80
28	Molho Vermelho	80	R\$ 1,84	R\$ 147,20
29	Molho Branco	70	R\$ 2,23	R\$ 156,10
30	Molho Rosado	60	R\$ 1,57	R\$ 94,20
31	Molho ao Sugo	55	R\$ 2,86	R\$ 157,30
32	Molho Madeira	50	R\$ 3,65	R\$ 182,50
33	Molho à Parisiense	45	R\$ 6,63	R\$ 298,35
34	Molho à Napolitana	65	R\$ 3,54	R\$ 230,10
35	Molho à Italiana	58	R\$ 6,69	R\$ 388,02
36	Molho à Primi	35	R\$ 3,74	R\$ 130,90
37	Molho All' Arrabiata	40	R\$ 1,80	R\$ 72,00
38	Molho à Moda da Casa	50	R\$ 7,02	R\$ 351,00
39	Risoto de Filé Mignon	25	R\$ 9,51	R\$ 237,75
40	Risoto de Carne Seca	28	R\$ 8,56	R\$ 239,68
41	Risoto de Carne Moída c/ Provolone	50	R\$ 11,95	R\$ 597,50
42	Risoto de Carne com Cenoura	48	R\$ 8,62	R\$ 413,76
43	Risoto de Filé de Frango	43	R\$ 7,47	R\$ 321,21
44	Risoto de Peito de Peru com Cream Cheese	35	R\$ 12,85	R\$ 449,75
45	Risoto de Filé de Frango c/ Requeijão	20	R\$ 10,96	R\$ 219,20
46	Risoto de Camarão	25	R\$ 18,19	R\$ 454,75
47	Risoto de Salmão	20	R\$ 9,89	R\$ 197,80
48	Risoto de Tilápia	29	R\$ 9,59	R\$ 278,11
49	Risoto Vegetariano	25	R\$ 6,09	R\$ 152,25
50	Porção de Grelhado Simples de	50	R\$ 9,07	R\$ 453,50



	Carne			
51	Porção de 4 Formaggio	45	R\$ 16,16	R\$ 727,20
52	Porção de Carne à Cavalo	30	R\$ 11,14	R\$ 334,20
53	Porção à Fiorentina	20	R\$ 11,94	R\$ 238,80
54	Porção à Strogonoff Carne	22	R\$ 15,43	R\$ 339,46
55	Porção de Scallopine à Parmegiana	21	R\$ 11,66	R\$ 244,86
56	Porção de Tagliata Tradicionale	20	R\$ 21,43	R\$ 428,60
57	Porção de Fileto All' Panna	23	R\$ 11,58	R\$ 266,34
58	Porção de Polpettone All' à Parmegiana	24	R\$ 16,08	R\$ 385,92
59	Porção de Grelhado Simples de Frango	30	R\$ 3,65	R\$ 109,50
60	Porção à La Boheme Gratinado	24	R\$ 15,12	R\$ 362,88
61	Porção de Frango à Passarinho	24	R\$ 4,64	R\$ 111,36
62	Porção de Peito de Frango à Parmegiana	12	R\$ 6,24	R\$ 74,88
63	Porção de Peito de Frango Grelhado com Legumes	12	R\$ 11,21	R\$ 134,52
64	Porção de Peixe Grelhado Simples	12	R\$ 11,95	R\$ 143,40
65	Porção de Filé de Linguado	5	R\$ 39,49	R\$ 197,45
66	Porção de Congrio a Brasileira	5	R\$ 44,62	R\$ 223,10
67	Porção de Congrio Grelhado	5	R\$ 14,35	R\$ 71,75
68	Porção de Frutos do Mar à Grega	6	R\$ 29,85	R\$ 179,10
69	Acompanhamento de Arroz Branco	50	R\$ 0,59	R\$ 29,50
70	Acompanhamento de Arroz à Grega	30	R\$ 6,75	R\$ 202,50
71	Acompanhamento de Creme de Milho	12	R\$ 5,25	R\$ 63,00
72	Acompanhamento de Farofa Simples	12	R\$ 1,70	R\$ 20,40
73	Acompanhamento de Farofa Temperada	12	R\$ 4,76	R\$ 57,12
74	Acompanhamento de Polenta Frita	12	R\$ 1,63	R\$ 19,56
75	Acompanhamento de Batata Frita	10	R\$ 1,53	R\$ 15,30
76	Petit Gateau de chocolate	12	R\$ 4,04	R\$ 48,48
77	Pudim com Essência de Baunilha	10	R\$ 1,94	R\$ 19,40
78	Banana Caramelizada	8	R\$ 1,19	R\$ 9,52
79	Salada de Frutas	12	R\$ 1,79	R\$ 21,48
80	Tiramissu	13	R\$ 3,95	R\$ 51,35
81	Panna Cotta	12	R\$ 5,25	R\$ 63,00
82	Água Mineral s/ Gás 500ml	24	R\$ 1,00	R\$ 24,00



83	Água Mineral c/ Gás 500ml	23	R\$ 1,25	R\$ 28,75
84	Água Tônica 350ml	12	R\$ 1,50	R\$ 18,00
85	Cerveja Brahma 350ml	24	R\$ 2,00	R\$ 48,00
86	Cerveja Brahma 600ml	48	R\$ 4,00	R\$ 192,00
87	Cerveja Cristal 350ml	24	R\$ 1,75	R\$ 42,00
88	Cerveja Cristal 600ml	48	R\$ 2,50	R\$ 120,00
89	Cerveja Skol 350ml	24	R\$ 2,00	R\$ 48,00
90	Cerveja Skol 600ml	48	R\$ 4,00	R\$ 192,00
91	Coca-Cola 350ml	48	R\$ 1,50	R\$ 72,00
92	Coca-Cola Zero 350ml	48	R\$ 1,50	R\$ 72,00
93	Coca-Cola 600ml	48	R\$ 2,00	R\$ 96,00
94	Coca-Cola 1lts	48	R\$ 2,50	R\$ 120,00
95	Fanta Laranja 350ml	36	R\$ 1,50	R\$ 54,00
96	Fanta Uva 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
97	Fanta Maracujá 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
98	Sprite 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
99	Sprite 600ml	24	R\$ 2,00	R\$ 48,00
100	Guaraná 350ml	36	R\$ 1,50	R\$ 54,00
101	Guaraná Zero 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
102	Guaraná 600ml	24	R\$ 2,00	R\$ 48,00
103	Guaraná 1lts	36	R\$ 2,50	R\$ 90,00
104	Vinho Chileno Santa Helena Reservado 750 ml	8	R\$ 24,90	R\$ 199,20
105	Vinho Tinto Bordô Suave Quinta Moraes 720ml	8	R\$ 19,25	R\$ 154,00
106	Vinho Italiano Barbera La Quercia 750ml	8	R\$ 44,90	R\$ 359,20
107	Vinho Soprana Lambrusco Emilia Rosso Secco	8	R\$ 29,00	R\$ 232,00
108	Polpa de Caju pct c/10 un.	6	R\$ 8,00	R\$ 48,00
109	Polpa de Maracujá pct c/10 un.	6	R\$ 10,00	R\$ 60,00
110	Polpa de Melão pct c/10 un.	6	R\$ 5,80	R\$ 34,80
111	Polpa de Morango pct c/10 un.	6	R\$ 8,00	R\$ 48,00
112	Polpa de Abacaxi c/ Hortelã pct c/10 un.	6	R\$ 7,00	R\$ 42,00
113	Polpa de Abacaxi pct c/10 un.	6	R\$ 6,00	R\$ 36,00
114	Polpa de Uva pct c/10 un.	6	R\$ 8,00	R\$ 48,00
115	Polpa de Acerola pct c/10 un.	6	R\$ 6,00	R\$ 36,00
	<b>Total</b>	<b>2991</b>		<b>R\$ 18.208,32</b>



## B – CAIXA MÍNIMO

<b>Contas a Receber</b>			
Prazo Médio de Vendas	%	Número de Dias	Média Ponderada
À VISTA	70%	0	0
À PRAZO	30%	30	9
<b>Prazo Médio Total de Vendas (dias)</b>			<b>9</b>

<b>Contas a Pagar</b>			
Prazo Médio de Vendas	%	Número de Dias	Média Ponderada
À VISTA	20%	0	0
À PRAZO (1)	80%	30	24
<b>Prazo Médio Total Compras (dias)</b>			<b>24</b>

<b>Necessidade Média de Estoques</b>	<b>Número de Dias</b>	
	15	Dias

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias:

<b>Recursos da Empresa Fora de seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
Contas a Receber - prazo médio de vendas	9
Estoques - necessidade média de estoques	15
<b>SUBTOTAL 1</b>	<b>24</b>
<b>Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa</b>	
Fornecedores - prazo médio de compras	24
<b>SUBTOTAL 2</b>	<b>24</b>
<b>Necessidade Líquida de capital - giro em dias</b>	<b>0</b>



<b>Caixa Mínimo</b>	
Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$ 12.116,62
Custo variável Mensal (5.12) - Subtotal 2	R\$ 1.835,38
Custo Total da Empresa	R\$ 13.952,00
Custo Total Diário	R\$ 465,07
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0
<b>Caixa Mínimo</b>	<b>R\$ 0</b>

<b>Capital de Giro</b>	
<b>Investimentos Financeiros</b>	
Estoque Inicial	R\$ 18.208,32
Caixa mínimo	R\$ 0
<b>Total do capital de giro</b>	<b>R\$ 18.208,32</b>

### 5.3 – INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

<b>Investimentos Pré Operacionais</b>		
Item		Valor
Despesas de legalização	Abertura de Firma	R\$ 600,00
	Bombeiro	R\$ 75,00
	Vigilância Sanitária	R\$ 59,00
	Alvará de Funcionamento	R\$ 456,00
	Junta Comercial	DARE
	DARF	R\$ 54,00
Outras Despesas	Obras civis e reformas	R\$ 28.190,00
	Divulgação	R\$ 1.575,00
	Cursos e treinamentos	R\$ 400,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 31.539,00</b>



## 5.4 – INVESTIMENTO TOTAL

<b>Investimento Total</b>			
Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 65.112,70	78%
5.2	Capital de Giro	R\$ 18.208,32	22%
<b>Total de investimento</b>		<b>R\$ 83.321,02</b>	<b>100%</b>

## 5.5 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

<b>Estimativa do Faturamento Mensal</b>				
Item	Descrição	Qtde	Valor unitário	Total
1	Capeclette	50	R\$ 10,90	R\$ 545,00
2	Gnocchi de Carne	60	R\$ 8,90	R\$ 534,00
3	Gnocchi de Frango	70	R\$ 7,90	R\$ 553,00
4	Rondelle de Presunto e Mussarela	30	R\$ 9,90	R\$ 297,00
5	Rondelle de Frango c/ Catupiry	30	R\$ 8,90	R\$ 267,00
6	Raviolli de Carne	20	R\$ 5,90	R\$ 118,00
7	Raviolli de Frango	22	R\$ 4,90	R\$ 107,80
8	Raviolli de Camarão	9	R\$ 29,90	R\$ 269,10
9	Raviolli de Mussarela	15	R\$ 7,90	R\$ 118,50
10	Tortelline de Carne	15	R\$ 5,90	R\$ 88,50
11	Tortelline de Frango	18	R\$ 4,90	R\$ 88,20
12	Tortelline de Camarão	12	R\$ 29,90	R\$ 358,80
13	Tortelline de Abobrinha	8	R\$ 3,90	R\$ 31,20
14	Panqueca de Carne	80	R\$ 7,90	R\$ 632,00
15	Panqueca de Presunto e Mussarela	70	R\$ 14,90	R\$ 1.043,00



16	Panqueca de Frango e Mussarela	55	R\$ 11,90	R\$ 654,50
17	Panqueca de Camarão e Catupiry	15	R\$ 35,90	R\$ 538,50
18	Spaguetti de Carne	100	R\$ 5,90	R\$ 590,00
19	Spaguetti de Frango	100	R\$ 4,90	R\$ 490,00
20	Tagliarini de Carne	100	R\$ 5,90	R\$ 590,00
21	Tagliarini de Frango	110	R\$ 4,90	R\$ 539,00
22	Lasanha de Batata c/ Cheddar e Mussarela	80	R\$ 15,90	R\$ 1.272,00
23	Lasanha de Calabresa c/ Catupiry e Mussarela	60	R\$ 15,90	R\$ 954,00
24	Lasanha de Frango com Creme de Queijo e Mussarela	90	R\$ 19,90	R\$ 1.791,00
25	Lasanha Carne c/ Presunto e Queijo	80	R\$ 15,90	R\$ 1.272,00
26	Lasanha Bacalhau c/ Mussarela	30	R\$ 20,90	R\$ 627,00
27	Lasanha Vegetariana	15	R\$ 11,90	R\$ 178,50
28	Molho Vermelho	180	R\$ 3,90	R\$ 702,00
29	Molho Branco	120	R\$ 4,90	R\$ 588,00
30	Molho Rosado	110	R\$ 2,90	R\$ 319,00
31	Molho ao Sugo	130	R\$ 2,90	R\$ 377,00
32	Molho Madeira	40	R\$ 6,90	R\$ 276,00
33	Molho à Parisiense	70	R\$ 11,90	R\$ 833,00
34	Molho à Napolitana	60	R\$ 6,90	R\$ 414,00
35	Molho à Italiana	70	R\$ 11,90	R\$ 833,00
36	Molho à Primi	35	R\$ 6,90	R\$ 241,50
37	Molho All' Arrabiata	30	R\$ 3,90	R\$ 117,00
38	Molho à Moda da Casa	50	R\$ 12,90	R\$ 645,00



39	Risoto de Filé Mignon	60	R\$ 15,90	R\$ 954,00
40	Risoto de Carne Seca	40	R\$ 13,90	R\$ 556,00
41	Risoto de Carne Moída c/ Provolone	30	R\$ 19,90	R\$ 597,00
42	Risoto de Carne com Cenoura	40	R\$ 13,90	R\$ 556,00
43	Risoto de Filé de Frango	43	R\$ 11,90	R\$ 511,70
44	Risoto de Peito de Peru c/ Cream Cheese	30	R\$ 20,90	R\$ 627,00
45	Risoto de Filé de Frango c/ Requeijão	20	R\$ 17,90	R\$ 358,00
46	Risoto de Camarão	12	R\$ 29,90	R\$ 358,80
47	Risoto de Salmão	12	R\$ 17,90	R\$ 214,80
48	Risoto de Tilápia	20	R\$ 15,90	R\$ 318,00
49	Risoto Vegetariano	18	R\$ 10,90	R\$ 196,20
50	Porção de Grelhado Simples de Carne	50	R\$ 14,90	R\$ 745,00
51	Porção de 4 Formaggio	30	R\$ 25,90	R\$ 777,00
52	Porção de Carne À Cavallo	20	R\$ 17,90	R\$ 358,00
53	Porção à Fiorentina	15	R\$ 19,90	R\$ 298,50
54	Porção à Strogonoff Carne	22	R\$ 24,90	R\$ 547,80
55	Porção de Scallopine à Parmegiana	21	R\$ 18,90	R\$ 396,90
56	Porção de Tagliata Tradicionale	15	R\$ 34,90	R\$ 523,50
57	Porção de Fileto All' Panna	23	R\$ 18,90	R\$ 434,70
58	Porção de Polpettone All' à Parmegiana	30	R\$ 25,90	R\$ 777,00
59	Porção de Grelhado Simples de Frango	30	R\$ 7,90	R\$ 237,00
60	Porção à La Boheme Gratinado	24	R\$ 24,90	R\$ 597,60
61	Porção de Frango à Passarinho	24	R\$ 9,90	R\$ 237,60
62	Porção de Peito de Frango à Parmegiana	12	R\$ 13,90	R\$ 166,80



63	Porção de Peito de Frango Grelhado com Legumes	10	R\$ 21,90	R\$ 219,00
64	Porção de Peixe Grelhado Simples	12	R\$ 21,90	R\$ 262,80
65	Porção de Filé de Linguado	5	R\$ 67,90	R\$ 339,50
66	Porção de Congrio a Brasileira	5	R\$ 75,90	R\$ 379,50
67	Porção de Congrio Grelhado	5	R\$ 25,90	R\$ 129,50
68	Porção de Frutos do Mar à Grega	6	R\$ 53,90	R\$ 323,40
69	Acompanhamento de Arroz Branco	60	R\$ 3,90	R\$ 234,00
70	Acompanhamento de Arroz à Grega	25	R\$ 12,90	R\$ 322,50
71	Acompanhamento de Creme de Milho	12	R\$ 9,90	R\$ 118,80
72	Acompanhamento de Farofa Simples	8	R\$ 3,90	R\$ 31,20
73	Acompanhamento de Farofa Temperada	8	R\$ 8,90	R\$ 71,20
74	Acompanhamento de Polenta Frita	12	R\$ 2,90	R\$ 34,80
75	Acompanhamento de Batata Frita	10	R\$ 6,90	R\$ 69,00
76	Petit Gateau de Chocolate	12	R\$ 7,90	R\$ 94,80
77	Pudim com Essência de Baunilha	10	R\$ 3,90	R\$ 39,00
78	Banana Caramelizada	5	R\$ 12,90	R\$ 64,50
79	Salada de Frutas	15	R\$ 3,90	R\$ 58,50
80	Tiramissu	13	R\$ 7,90	R\$ 102,70
81	Panna Cotta	12	R\$ 9,90	R\$ 118,80
82	Água Mineral s/ Gás 500ml	60	R\$ 2,00	R\$ 120,00
83	Água Mineral c/ Gás 500ml	30	R\$ 2,50	R\$ 75,00
84	Água Tônica 350ml	24	R\$ 3,00	R\$ 72,00
85	Cerveja Brahma 350ml	80	R\$ 3,50	R\$ 280,00



86	Cerveja Brahma 600ml	40	R\$ 7,00	R\$ 280,00
87	Cerveja Cristal 350ml	78	R\$ 3,00	R\$ 234,00
88	Cerveja Cristal 600ml	48	R\$ 5,00	R\$ 240,00
89	Cerveja Skol 350ml	70	R\$ 3,50	R\$ 245,00
90	Cerveja Skol 600ml	48	R\$ 7,00	R\$ 336,00
91	Coca-Cola 350ml	100	R\$ 3,00	R\$ 300,00
92	Coca-Cola Zero 350ml	48	R\$ 3,00	R\$ 144,00
93	Coca-Cola 600ml	60	R\$ 4,00	R\$ 240,00
94	Coca-Cola 1lts	80	R\$ 5,00	R\$ 400,00
95	Fanta Laranja 350ml	36	R\$ 3,00	R\$ 108,00
96	Fanta Uva 350ml	24	R\$ 3,00	R\$ 72,00
97	Fanta Maracujá 350ml	24	R\$ 3,00	R\$ 72,00
98	Sprite 350ml	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
99	Sprite 600ml	24	R\$ 4,00	R\$ 96,00
100	Guaraná 350ml	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
101	Guaraná Zero 350ml	24	R\$ 3,00	R\$ 72,00
102	Guaraná 600ml	24	R\$ 4,00	R\$ 96,00
103	Guaraná 1lts	36	R\$ 5,00	R\$ 180,00
104	Vinho Chileno Santa Helena Reservado 750 ml	8	R\$ 34,90	R\$ 279,20
105	Vinho Tinto Bordô Suave Quinta Moraes 720ml	8	R\$ 26,95	R\$ 215,60
106	Vinho Italiano Barbera La Quercia 750ml	8	R\$ 62,90	R\$ 503,20
107	Vinho Soprana Lambrusco Emilia Rosso Secco	8	R\$ 40,60	R\$ 324,80



108	Suco Natural (polpas) com Água	130	R\$ 5,00	R\$ 650,00
109	Suco Natural (polpas) com Leite	100	R\$ 6,00	R\$ 600,00
<b>Total do Faturamento</b>		<b>4445</b>	<b>R\$1.477,75</b>	<b>R\$40.786,30</b>

5.6 – ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES

(Este espaço deve ser preenchido somente pelo segmento industrial).

5.7 – ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO

<b>Impostos (Custos de Comercialização)</b>				
	<b>Descrição</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Custo Total (R\$)</b>
<b>1</b>	SIMPLES NACIONAL	4,50%	R\$ 40.786,30	R\$ 1.835,38
	<b>Total</b>			<b>R\$ 1.835,38</b>

5.8 – APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS

<b>Item</b>	<b>Produto</b>	<b>Estimativa de Vendas</b>	<b>Custo Unitário de Aquisição</b>	<b>Custo de Mercadoria Vendida</b>
1	Capeclette	50	R\$ 6,10	R\$ 305,00
2	Gnocchi de Carne	60	R\$ 5,30	R\$ 318,00
3	Gnocchi de Frango	70	R\$ 4,64	R\$ 324,80
4	Rondelle de Presunto e Mussarela	30	R\$ 5,46	R\$ 163,80
5	Rondelle de Frango c/ Catupiry	30	R\$ 4,90	R\$ 147,00
6	Raviolli de Carne	20	R\$ 3,04	R\$ 60,80



7	Ravioli de Frango	22	R\$ 2,38	R\$ 52,36
8	Ravioli de Camarão	9	R\$ 17,16	R\$ 154,44
9	Ravioli de Mussarela	15	R\$ 4,68	R\$ 70,20
10	Tortelline de Carne	15	R\$ 3,04	R\$ 45,60
11	Tortelline de Frango	18	R\$ 2,38	R\$ 42,84
12	Tortelline de Camarão	12	R\$ 17,16	R\$ 205,92
13	Tortelline de Abobrinha	8	R\$ 1,53	R\$ 12,24
14	Panqueca de Carne	80	R\$ 3,76	R\$ 300,80
15	Panqueca de Presunto e Mussarela	70	R\$ 8,31	R\$ 581,70
16	Panqueca de Frango e Mussarela	55	R\$ 6,86	R\$ 377,30
17	Panqueca Camarão e Catupiry	15	R\$ 20,86	R\$ 312,90
18	Spaguetti de Carne	100	R\$ 3,04	R\$ 304,00
19	Spaguetti de Frango	100	R\$ 2,38	R\$ 238,00
20	Tagliarini de Carne	100	R\$ 3,32	R\$ 332,00
21	Tagliarini de Frango	110	R\$ 2,66	R\$ 292,60
22	Lasanha de Batata c/ Cheddar e Mussarela	80	R\$ 8,91	R\$ 712,80
23	Lasanha de Calabresa c/ Catupiry e Mussarela	60	R\$ 8,84	R\$ 530,40
24	Lasanha de Frango com Creme de Queijo e Mussarela	90	R\$ 11,79	R\$ 1.061,10
25	Lasanha de Carne c/ Presunto e Queijo	80	R\$ 8,96	R\$ 718,80
26	Lasanha de Bacalhau c/ Mussarela	30	R\$ 11,66	R\$ 349,80
27	Lasanha Vegetariana	15	R\$ 6,64	R\$ 99,60
28	Molho Vermelho	180	R\$ 1,84	R\$ 331,20



29	Molho Branco	120	R\$ 2,23	R\$ 267,60
30	Molho Rosado	110	R\$ 1,57	R\$ 172,70
31	Molho ao Sugo	130	R\$ 2,86	R\$ 371,80
32	Molho Madeira	40	R\$ 3,65	R\$ 146,00
33	Molho à Parisiense	70	R\$ 6,63	R\$ 464,10
34	Molho à Napolitana	60	R\$ 3,54	R\$ 212,40
35	Molho à Italiana	70	R\$ 6,69	R\$ 468,30
36	Molho à Primi	35	R\$ 3,74	R\$ 130,90
37	Molho All' Arrabiata	30	R\$ 1,80	R\$ 54,00
38	Molho à Moda da Casa	50	R\$ 7,02	R\$ 351,00
39	Risoto de Filé Mignon	60	R\$ 9,51	R\$ 570,60
40	Risoto de Carne Seca	40	R\$ 8,56	R\$ 342,40
41	Risoto de Carne Moída c/ Provolone	30	R\$ 11,95	R\$ 358,50
42	Risoto de Carne com Cenoura	40	R\$ 8,62	R\$ 344,80
43	Risoto de Filé de Frango	43	R\$ 7,47	R\$ 321,21
44	Risoto de Peito de Peru com Cream Cheese	30	R\$ 12,85	R\$ 385,50
45	Risoto de Filé de Frango c/ Requeijão	20	R\$ 0,96	R\$ 219,20
46	Risoto de Camarão	12	R\$ 18,19	R\$ 218,28
47	Risoto de Salmão	12	R\$ 9,89	R\$ 118,68
48	Risoto de Tilápia	20	R\$ 9,59	R\$ 191,80
49	Risoto Vegetariano	18	R\$ 6,09	R\$ 109,62
50	Porção de Grelhado Simples Carne	50	R\$ 9,07	R\$ 453,50



51	Porção de 4 Formaggio	30	R\$ 16,16	R\$ 484,80
52	Porção de Carne à Cavalo	20	R\$ 11,14	R\$ 222,80
53	Porção à Fiorentina	15	R\$ 11,94	R\$ 179,10
54	Porção à Strogonoff Carne	22	R\$ 15,43	R\$ 339,46
55	Porção de Scallopine à Parmegiana	21	R\$ 11,66	R\$ 244,86
56	Porção de Tagliata Tradicionale	15	R\$ 21,43	R\$ 321,45
57	Porção de Fileto All' Panna	23	R\$ 11,58	R\$ 266,34
58	Porção de Polpettone All' à Parmegiana	30	R\$ 16,08	R\$ 482,40
59	Porção de Grelhado Simples de Frango	30	R\$ 3,65	R\$ 109,50
60	Porção à La Boheme Gratinado	24	R\$ 15,12	R\$ 362,88
61	Porção de Frango à Passarinho	24	R\$ 4,64	R\$ 111,36
62	Porção de Peito de Frango à Parmegiana	12	R\$ 6,24	R\$ 74,88
63	Porção de Peito de Frango Grelhado com Legumes	10	R\$ 11,21	R\$ 112,10
64	Porção de Peixe Grelhado Simples	12	R\$ 11,95	R\$ 143,40
65	Porção de Filé de Linguado	5	R\$ 39,49	R\$ 197,45
66	Porção de Congrio a Brasileira	5	R\$ 44,62	R\$ 223,10
67	Porção de Congrio Grelhado	5	R\$ 14,35	R\$ 71,75
68	Porção de Frutos do Mar à Grega	6	R\$ 29,85	R\$ 179,10
69	Acompanhamento de Arroz Branco	60	R\$ 0,59	R\$ 35,40
70	Acompanhamento de Arroz à Grega	25	R\$ 6,75	R\$ 168,75
71	Acompanhamento de Creme de	12	R\$ 5,25	R\$ 63,00



	Milho			
72	Acompanhamento de Farofa Simples	8	R\$ 1,70	R\$ 13,60
73	Acompanhamento de Farofa Temperada	8	R\$ 4,76	R\$ 38,08
74	Acompanhamento de Polenta Frita	12	R\$ 1,63	R\$ 19,56
75	Acompanhamento de Batata Frita	10	R\$ 1,53	R\$ 15,30
76	Petit Gateau de Chocolate	12	R\$ 4,04	R\$ 48,48
77	Pudim com Essência de Baunilha	10	R\$ 1,94	R\$ 19,40
78	Banana Caramelizada	5	R\$ 1,19	R\$ 5,95
79	Salada de Frutas	15	R\$ 1,79	R\$ 26,85
80	Tiramissu	13	R\$ 3,95	R\$ 51,35
81	Panna Cotta	12	R\$ 5,25	R\$ 63,00
82	Água Mineral s/ Gás 500ml	60	R\$ 1,00	R\$ 60,00
83	Água Mineral c/ Gás 500ml	30	R\$ 1,25	R\$ 37,50
84	Água Tônica 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
85	Cerveja Brahma 350ml	80	R\$ 2,00	R\$ 160,00
86	Cerveja Brahma 600ml	40	R\$ 4,00	R\$ 160,00
87	Cerveja Cristal 350ml	78	R\$ 1,75	R\$ 136,50
88	Cerveja Cristal 600ml	48	R\$ 2,50	R\$ 120,00
89	Cerveja Skol 350ml	70	R\$ 2,00	R\$ 140,00
90	Cerveja Skol 600ml	48	R\$ 4,00	R\$ 192,00
91	Coca-Cola 350ml	100	R\$ 1,50	R\$ 150,00
92	Coca-Cola Zero 350ml	48	R\$ 1,50	R\$ 72,00
93	Coca-Cola 600ml	60	R\$ 2,00	R\$ 120,00



94	Coca-Cola 1lts	80	R\$ 2,50	R\$ 200,00
95	Fanta Laranja 350ml	36	R\$ 1,50	R\$ 54,00
96	Fanta Uva 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
97	Fanta Maracujá 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
98	Sprite 350ml	50	R\$ 1,50	R\$ 75,00
99	Sprite 600ml	24	R\$ 2,00	R\$ 48,00
100	Guaraná 350ml	50	R\$ 1,50	R\$ 75,00
101	Guaraná Zero 350ml	24	R\$ 1,50	R\$ 36,00
102	Guaraná 600ml	24	R\$ 2,00	R\$ 48,00
103	Guaraná 1lts	36	R\$ 2,50	R\$ 90,00
104	Vinho Chileno Santa Helena Reservado 750 ml	8	R\$ 24,90	R\$ 199,20
105	Vinho Tinto Bordô Suave Quinta Moraes 720ml	8	R\$ 19,25	R\$ 154,00
106	Vinho Italiano Barbera La Quercia 750ml	8	R\$ 44,90	R\$ 359,20
107	Vinho Soprana Lambrusco Emilia Rosso Secco	8	R\$ 29,00	R\$ 232,00
108	Suco Natural (polpas) com Água	130	R\$ 0,65	R\$ 84,50
109	Suco Natural (polpas) com Leite	100	R\$ 1,00	R\$ 100,00
	<b>Total</b>	<b>445</b>	<b>R\$ 849,69</b>	<b>R\$ 22.623,24</b>



## 5.9 – ESTIMATIVAS DE CUSTOS DE MÃO DE OBRA

Cargo do Funcionário	Salário	Adicional Noturno	FGTS	Aviso Prévio	13º	Férias	1/3 de Férias	FGTS sem Verbas Rescisórias	INSS
<b>Garçom</b>	R\$ 1.110,00	R\$ 84,70	R\$ 95,58	R\$ 27,12	R\$ 99,52	R\$ 33,21	R\$ 22,10	R\$ 61,77	R\$ 95,58
<b>Cozinheira</b>	R\$ 1.290,00	R\$ 99,00	R\$ 111,12	R\$ 31,53	R\$ 115,70	R\$ 38,61	R\$ 25,70	R\$ 71,81	R\$ 125,01
<b>Ajudante de cozinha</b>	R\$ 910,00	R\$ 69,30	R\$ 78,34	R\$ 22,23	R\$ 81,58	R\$ 27,22	R\$ 18,12	R\$ 50,63	R\$ 78,34
<b>Total do Custo de Mão de Obra Mensal R\$ 4.767,84</b>									

## 5.10 – ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO

<b>Depreciação do Maquinário</b>				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.273,85	10	R\$ 2.127,39	R\$ 177,28
Móveis	R\$ 12.299,85	10	R\$ 1.229,99	R\$ 102,50
<b>Total de Depreciação</b>			<b>R\$ 3.357,37</b>	<b>R\$ 279,78</b>



## 5.11 – ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

<b>Custos Fixos Operacionais</b>	
<b>Conta</b>	<b>Valor</b>
Aluguel	R\$ 1.500,00
Água	R\$ 100,00
Energia Elétrica	R\$ 500,00
Telefone	R\$ 120,00
Honorários do Contador	R\$ 280,00
Pro- labore Sócio 1	R\$ 1.360,00
Pro- labore Sócio 2	R\$ 1.360,00
Salários + encargos	R\$ 4.767,84
Material de Limpeza	R\$ 150,00
Material de Escritório	R\$ 80,00
Propaganda	R\$ 1.575,00
Depreciação	R\$ 279,78
Outras despesas	R\$ 44,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 12.116,62</b>

## 5.12 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

<b>Demonstrativo do Resultado de Exercício</b>			
Item	Descrição da Conta	Valor	%
<b>5.5</b>	<b>Receita Total</b>	<b>R\$ 40.786,30</b>	
	Vendas	R\$ 40.786,30	



	<b>Imposto e Gastos de Vendas</b>	<b>R\$ 1.835,38</b>	
<b>5.6</b>	Imposto Sobre Vendas ( - )	R\$ 1.835,38	
<b>5.8</b>	<b>Custo de Mercadoria Vendida (CMV)</b>	<b>R\$ 22.623,24</b>	
	<b>Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 16.327,68</b>	
<b>5.11</b>	<b>Custos Fixos Totais</b>	<b>R\$ 12.116,62</b>	
	<b>Resultado Operacional</b>	<b>R\$ 4.211,06</b>	
	<b>Resultado do Exercício</b>	<b>R\$ 4.211,06</b>	

#### 5.13 – INDICADORES DE VIABILIDADE

##### 5.13.1 – Ponto de equilíbrio

<b>Ponto de Equilíbrio</b>	
Receita Total	R\$ 40.786,30
Custo Variável Total	R\$ 24.458,62
Custo Fixo Total	R\$ 12.116,62

INDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO= R\$ 40.786,30 - R\$ 24.458,62  $\cong$  0,40

---

R\$ 40.786,30



$$\text{Ponto de equilíbrio} = \frac{\text{R\$ 12.116,62}}{0,40} = \text{R\$ 30.267,14 Mensais}$$

O ponto de equilíbrio do restaurante Bella Itália será atingido quando for alcançado um valor de R\$ 30.267,14 na sua Receita.

### 5.13.2 – Lucratividade

<b>Lucratividade</b>	
Lucro Líquido Anual	R\$ 50.532,67
Receita Total Anual	R\$ 489.435,60

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ 50.532,67}}{\text{R\$ 489.435,60}} \times 100 = 10,32 \% \text{ Ao ano}$$

O Restaurante Bella Itália terá uma lucratividade de 10,32% ao ano, depois de pagar todas as despesas e impostos.

### 5.13.3 – Rentabilidade

<b>Rentabilidade</b>	
Lucro Líquido Anual	R\$ 50.532,67
Investimento total	R\$ 83.321,02

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ 50.532,67}}{\text{R\$ 83.321,02}} \times 100 = 60,65\% \text{ ao ano}$$

A cada ano, os empresários recuperarão 60,65% do valor investido através dos lucros.



#### 5.13.4 – Prazo de Retorno do Investimento

<b>Prazo de Retorno de investimento</b>	
Investimento total	R\$ 83.321,02
Lucro Líquido Anual	R\$ 50.532,67

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{R\$ 83.321,02}}{\text{R\$ 50.532,67}} = 2 \text{ Anos}$$

Dois anos após a abertura do negócio, os empresários terão recuperado tudo o que gastaram com a montagem da empresa.



## 6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção dos cenários pessimista e otimista foi gerada a partir de uma variação de 20% de cada produto vendido para menos, no caso pessimista, ou para mais, no caso otimista, referente ao cenário provável.

		<b>CENÁRIO PROVÁVEL</b>	<b>CENÁRIO PESSIMISTA</b>	<b>CENÁRIO OTIMISTA</b>
<b>Item</b>	Descrição da Conta	Valor	Valor	Valor
<b>5.5</b>	<b>Receita Total</b>	<b>R\$ 40.786,30</b>	<b>R\$ 32.629,04</b>	<b>R\$ 48.943,56</b>
	Vendas	R\$ 40.786,30	R\$ 32.629,04	R\$ 48.943,56
	<b>Imposto e Gastos de Vendas</b>	<b>R\$ 1.835,38</b>	<b>R\$ 1.468,31</b>	<b>R\$ 2.202,46</b>
<b>5.6</b>	Imposto Sobre Vendas ( - )	R\$ 1.835,38	R\$ 1.468,31	R\$ 2.202,46
<b>5.8</b>	<b>Custo de Mercadoria Vendida (CMV)</b>	<b>R\$ 22.623,24</b>	<b>R\$ 18.098,59</b>	<b>R\$ 27.147,89</b>
	<b>Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 16.327,68</b>	<b>R\$ 13.062,14</b>	<b>R\$ 19.593,21</b>
<b>5.11</b>	<b>Custos Fixos Totais</b>	<b>R\$ 12.116,62</b>	<b>R\$ 12.116,62</b>	<b>R\$ 12.116,62</b>
	<b>Resultado Operacional</b>	<b>R\$ 4.211,06</b>	<b>R\$ 945,52</b>	<b>R\$ 7.476,59</b>
	<b>Resultado do Exercício</b>	<b>R\$ 4.211,06</b>	<b>R\$ 945,52</b>	<b>R\$ 7.476,59</b>



## 7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 7.1 – MATRIZ SWOT (F.O.F.A.)

	<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
<b>AMBIENTE INTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ótimo atendimento</li> <li>• Qualidade na comida e produtos</li> <li>• Preço adequado/boa margem de lucro</li> <li>• Funcionários bem treinados e motivados</li> <li>• Ambiente climatizado e aconchegante</li> <li>• Proximidade ao grande centro consumidor</li> <li>• Infraestrutura / instalações adequadas</li> <li>• Boa Localização</li> <li>• Reduzidos custos de operação</li> <li>• Empreendimento Inovador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitação de espaço para expansão</li> <li>• Falta de conhecimento do setor de restaurantes</li> <li>• Inexperiência dos proprietários</li> </ul>
<b>AMBIENTE EXTERNO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento da demanda pela alimentação fora de casa</li> <li>• Crescimento do mercado de Alimentos e Bebidas</li> <li>• Falta de concorrentes diretos</li> </ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrentes indiretos</li> <li>• Crise Econômica</li> <li>• Ser um novo ramo de negócio na cidade de Presidente Epitácio</li> <li>• Crescimento do nível de exigência dos consumidores</li> <li>• Pessoas que não se agradam com a gastronomia relacionada à massa</li> </ul>



No *ambiente interno*, as análises feitas são:

**Forças:** Após as pesquisas deste trabalho, pode-se analisar que as principais forças do Bella Itália se baseiam na vantagem competitiva de usar as fraquezas dos concorrentes para melhorar o empreendimento. Juntamente com a pesquisa dos fornecedores, foram selecionados aqueles com os melhores produtos, para que o Bella Itália tenha a conservação da qualidade e da originalidade de cada prato.

**Fraqueza:** Foram detectadas fraquezas relacionadas à limitação de espaço para a expansão. Porém, devido ao prédio que será construído o projeto ter um pequeno porte para restaurante, foi devidamente calculado e aproveitado cada espaço, conseguindo comportar 72 pessoas. Caso houver a necessidade de uma expansão futura, há a possibilidade de criar um 2º andar.

Em relação à falta de conhecimento do restaurante por ser um empreendimento inovador na cidade, pode-se ter certa dificuldade de aceitação pelo público. Por isso, será feito um investimento necessário com marketing para promover o restaurante e fazer com que os epicurianos conheçam e se sintam atraídos pelo novo restaurante da cidade.

Considerando as pessoas que não apreciam massas, o Bella Itália desenvolveu um cardápio em que há um grande leque de opções, não focalizando somente em um único público alvo, que seria os que apreciam massas. Por isso, no cardápio deste restaurante, terá risotos, porções e acompanhamentos.

Por último, a solução para a inexperiência dos proprietários seria realização de treinamento tanto para os colaboradores quanto para os proprietários, além de toda a organização do projeto do restaurante, para verificar se este será viável ou não.

No *ambiente externo*, as análises são:

As oportunidades do Bella Itália se relacionam principalmente a grande demanda do negócio e as grandes chances que este ramo tem de sempre estar crescendo, adquirindo inovações que consiga atrair mais clientes. Por ser



um restaurante que se baseia na cultura italiana, este poderá utilizar de novos ideais italianos para que beneficie o restaurante.

As ameaças se baseiam nas consequências que o ambiente externo pode trazer para o Bella Itália, podendo afetar o empreendimento. As grandes preocupações seriam a questão de se abrir um novo negócio em tempos de crise econômica, pouco conhecimento por parte do mercado e crescimento do nível de exigência dos consumidores. Porém, este restaurante procurará se estabilizar diante de todas as situações, procurando conquistar grandes demandas de clientes e solucionando os problemas detectados em outras empresas e no mercado em geral, não deixando que os mesmos afetem este restaurante.



## 8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após a realização de todos os processos deste trabalho, foi possível confirmar a grande carência de diferencial no ramo gastronômico de Presidente Epitácio. Foi verificado que há uma grande aceitação deste empreendimento tanto pelos questionados das pesquisas de mercado realizadas, quanto pela análise dos concorrentes e a conclusão do planejamento financeiro.

Através da análise de mercado, permitiu-se fazer a avaliação dos clientes, concorrentes e fornecedores, identificando: um grande nível de aceitação por parte dos entrevistados, pois 95% destes frequentariam o Bella Itália; uma vantagem competitiva em relação a não ter concorrentes diretos, apenas três principais empresas como concorrentes indiretos; e, por fim, mas com alto nível de importância também, os fornecedores, que assumem um importante papel como parceiros operacionais, pois é por meio deles que o restaurante terá a qualidade dos seus produtos conservada, a partir da troca de confiança para/com empresa e fornecedor.

Com a finalização do plano financeiro, foi possível comprovar a viabilidade da empresa igualmente, visto que através de um investimento de R\$ 83.786,09 se espera um faturamento mensal de R\$ 40.786,30 e um total de rentabilidade de 60,31% ao ano, fechando com um total de 10,32% de lucratividade ao ano.

Assim, estima-se o retorno dos investimentos feitos pelos sócios no prazo de até dois anos. Pretende-se, a partir dessa aceitação e da confirmação de que o Bella Itália é uma empresa viável, de tornar a comida italiana como parte da cultura gastronômica de Presidente Epitácio, para que todos os cidadãos e turistas frequentem.



## REFERÊNCIAS

SERVA, Cynthia. **Como Fazer uma Pesquisa de Mercado**. 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/como-fazer-uma-pesquisa-de-mercado>>

Acesso em: 21 de Abril de 2016

CULTURA MIX. **História da Gastronomia Italiana**. 2010. Disponível em: <<http://culinaria.culturamix.com/comida/italiana/historia-da-gastronomia-italiana>>

Acesso em: 11 de março de 2016

TERZIAN, Françoise. **Mesmo com crise, setor de alimentação continua a crescer no Brasil**. 2015. Disponível em: <<http://www.forbes.com.br/negocios/2015/06/mesmo-com-crise-setor-de-alimentacao-continua-a-crescer-no-brasil/>>

Acessado em: 09 de Abril de 2016

BASTOS, Marcelo. **Análise SWOT (Matriz) – Conceito e Aplicação**. 2014. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swt-conceito-e-aplicacao.html>>

Acesso em: 15 de Março de 2016

IBGE. **População de Presidente Epitácio**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=354130>>

Acesso em: 22 de Abril de 2016

SILVA, Alison. **Por que sua empresa deve desenvolver uma estratégia de marketing?** Disponível em: <<http://supremapropaganda.com.br/como-aproveitar-datas-comemorativas-para-promover-sua-empresa/>>

Acesso em: 10 de Junho de 2016



KIMORI, Thiago; MARTINS, Caio. **Culinária italiana está presente há mais de 100 anos na mesa dos paulistas.** Disponível em:

<<http://www.metodista.br/rroonline/rrojornal/2010/ed-952/culinaria-italiana-esta-presente-ha-mais-de-100-anos-na-mesa-dos-paulistas-1>>

Acesso em: 19 de Maio de 2016

GOUVÊA, Caio. **A eficiência no food service.** Disponível em:

<<http://www.gsmd.com.br/pt/eventos/food-service/a-eficiencia-no-foodservice>>

Acesso em: 19 de Maio de 2016



## APÊNDICES

### Apêndice A – Questionário Utilizado na Pesquisa de Mercado



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo  
 Curso Técnico em Administração – Modalidade Conc/Subsequente  
 Terceiro Semestre  
 Professor Me. Douglas Godoy

#### Pesquisa de Mercado

1-Qual é o seu gênero?

- Masculino     Feminino

2-Qual é a sua faixa etária?

- 16 a 26 anos  
 27 a 37 anos  
 38 a 48 anos  
 Acima de 48 anos

3-Qual é a sua escolaridade?

- Ensino Fundamental  
 Ensino Médio  
 Ensino Superior  
 Não estudou

4-Qual é a sua renda familiar?

- Até R\$ 1.760,00  
 De R\$ 1.760,01 a R\$ 3.520,00 reais  
 De R\$ 3.520,01 a R\$ 8.880,00 reais  
 De R\$ 8.880,01 a R\$ 17.600,00 reais  
 Acima de R\$ 17.600,01 reais

5-Você se alimenta fora de casa no horário do almoço ou do jantar?

- Sim  
 Não

***Se resposta for não, justifique sua resposta abaixo e, em seguida, entregue o questionário.***

Resposta \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

6-Você costuma se alimentar fora de casa em qual horário?

- No horário do almoço  
 No horário do jantar

7-Com que frequência você costuma se alimentar fora de casa, considerando apenas as refeições do almoço e do jantar?

- Uma vez por mês  
 A cada quinze dias  
 Uma vez por semana  
 Duas vezes por semana  
 Três vezes por semana  
 Todos os dias  
 Outro \_\_\_\_\_

8-O que você costuma comer fora de casa, considerando apenas as refeições realizadas no horário do almoço ou do jantar?

- Churrasco                       Pastel  
 Hot Dog                             Comida Japonesa  
 Lanche Natural                   Esfihas e Salgados  
 Prato executivo                 Lanche na Chapa  
 Comida Italiana (massas)



**9-Onde você costuma se alimentar no horário de almoço ou de jantar?**

**(Pode assinalar, no máximo, três alternativas)**

- Restaurante do Gaúcho  
 Restaurante do Toninho  
 Restaurante Cozinha da Vó  
 Pastelaria do Alemão  
 Restaurante Gostinho Oriental  
 Restaurante Lucas  
 Restaurante e Pizzaria Choppão  
 Pagani  
 Outro \_\_\_\_\_

**10-O que você considera mais importante em um restaurante?**

**(Pode assinalar quantas alternativas forem necessárias)**

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Iluminação          | <input type="checkbox"/> Cardápio    |
| <input type="checkbox"/> Música no ambiente  | <input type="checkbox"/> Atendimento |
| <input type="checkbox"/> Estacionamento      | <input type="checkbox"/> Wi-fi       |
| <input type="checkbox"/> Qualidade da comida | <input type="checkbox"/> Preço       |
| <input type="checkbox"/> Higiene e Limpeza   | <input type="checkbox"/> Localização |
| <input type="checkbox"/> Outro _____         | <input type="checkbox"/> Ambiente    |

**11-Identifique, no máximo, dois restaurantes que você já frequentou e declare os problemas que você visualiza nestes estabelecimentos com base nos itens apresentados na questão 10.**

Restaurante 1: \_\_\_\_\_

Problemas:  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Restaurante 2: \_\_\_\_\_

Problemas:  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**12-Como você costuma pagar a sua conta no restaurante?**

- Dinheiro  
 Cheque (à prazo)  
 Cheque (à vista)  
 Cartão de Débito  
 Cartão de Crédito  
 Outro \_\_\_\_\_

**13-Qual é o meio de informação usado por você para se informar sobre novos restaurantes na cidade, programações e novidades no cardápio dos restaurantes?**

- Pela TV  
 Pelo rádio  
 Pelo boca-a-boca  
 Pelo Jornal  
 Pela internet (*sites e redes sociais*)  
 Por meio de carros de som  
 Panfletos ou Folders  
 Outro \_\_\_\_\_

**A partir de agora, apresenta-se uma breve descrição do negócio que se está estudando, um restaurante italiano, para que você possa responder as questões seguintes**

**BELLA ITÁLIA, Restaurante Italiano.**

*A Bella Italia , restaurante italiano, será um estabelecimento comercial que oferecerá almoço e jantar, servindo exclusivamente comidas típicas da Itália, como Lasanha, Spaghetti e Risoto, preservando o sabor original destas comidas e mantendo preços acessíveis aos consumidores locais.*

**14-Você frequentaria o BELLA ITALIA (restaurante italiano) na cidade de Presidente Epitácio?**

- Sim  
 Não



**Se resposta for não, justifique sua resposta abaixo e, em seguida, pule para a questão 19.**

Resposta: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**15-Quais destes pratos você mais aprecia ou gostaria de consumir em um restaurante italiano?**

**(Pode assinalar, no máximo, três alternativas)**

- Risoto
- Spaghetti
- Gnocchi (nhoque)
- Tortellini de Bolonha
- Lasanha tradicional
- Rondelli
- Braciola com purê de batata (bife rolê)
- Polpettone (bolinho de carne recheado com queijo)
- Lasanha Vegetariana com requeijão
- Tagliatelle com molho de nozes torradas
- Outro \_\_\_\_\_

**16-O que você gostaria de beber, enquanto consome um prato de comida italiana?**

- Vinho (adega)
- Whisky
- Refrigerante
- Cerveja
- Água Mineral
- Suco Natural
- Outros \_\_\_\_\_

**17-Que tipo de música você gostaria de ouvir em um restaurante italiano?**

- Clássica
- Sertanejo
- Rock

- MPB
- Italiana
- Jazz
- Blues
- Choro
- Outro \_\_\_\_\_

**18-A ida ao estabelecimento seria essencial se acompanhado por:**

- Ninguém
- Familiares
- Amigos
- Namorado (a)

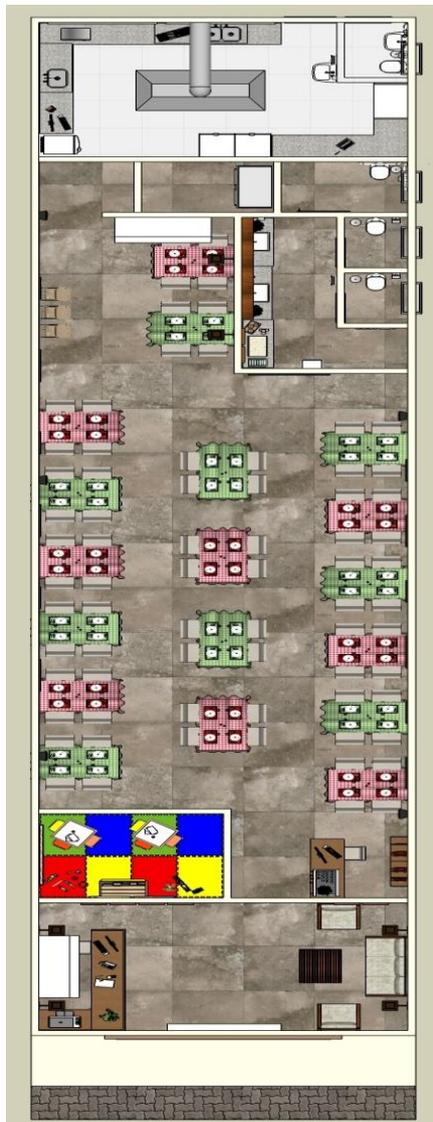
**19-Na sua opinião, qual é a melhor localização na cidade de Presidente Epitácio para um restaurante italiano?**

- Rua Maceió
- Rua Fortaleza
- Avenida Presidente Vargas
- Avenida dos Ipês
- Outro \_\_\_\_\_

***Fim! Obrigado por responder o questionário!***



Apêndice B – Planta Para *Layout* da Empresa





## Apêndice C – Exemplo de Folder Publicitário

Inauguração



Sinta-se em casa, aproveite cada ingrediente, cada molho, cada massa e faça do jeito que você sempre quis!  
São diversas opções de massas, molhos, risotos, porções e combos receitas especiais que são de dar água na boca só de olhar! Tudo isso em um ambiente descontraído e relaxante, localizado em Presidente Epitácio! Assim é o Bella Itália!  
O que começou como um sonho, hoje se torna a mais saborosa realidade!  
Venha nos conhecer no dia XX do mês XX e na apresentação deste panfleto ganhe 30% de DESCONTO EM SUA REFEIÇÃO!

Pois a vida é Massa, basta caprichar no Molho!



Lasanha



Risoto

R Maceió, 13-43 - Centro - Pres. Epitácio SP  
(18) 3281-7070

facebook.com/Bellaitalia  
Horário de Atendimento  
Terça a Domingo  
19H às 00H