

CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ALEXANDRO MATHEUS DE OLIVEIRA TAVARES
GEORGE RAFAEL ALVES DA SILVA
JESSICA MARIA OLIVEIRA DE SOUZA
RODRIGO DE OLIVEIRA MARTINS
THIAGO MENDES DE SOUSA LIMA

PLANO DE NEGÓCIOS PARA UM DELIVERY DE COMIDA CASEIRA

Rio de Janeiro

2021

ALEXANDRO MATHEUS DE OLIVEIRA TAVARES
GEORGE RAFAEL ALVES DA SILVA
JESSICA MARIA OLIVEIRA DE SOUZA
RODRIGO DE OLIVEIRA MARTINS
THIAGO MENDES DE SOUSA LIMA

PLANO DE NEGÓCIOS PARA UM DELIVERY DE COMIDA CASEIRA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para a Disciplina de TCC II,
Plano de Negócios sob a orientação da
prof. Maria de Lourdes Ferraz Heleodoro

Rio de Janeiro
2021

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	4
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	5
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	9
4. PLANO DE OPERACIONAL.....	16
5. PLANO MAKETING.....	20
6. PLANO FINANCEIRO.....	31
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	41
8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	42
9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	45
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46

1. INTRODUÇÃO

Em 1985, o Bistrô Oliveira, por meio da culinária caseira e do atendimento familiar, foi criado no Centro do Rio de Janeiro, pelos irmãos Paulo Oliveira e Pedro Oliveira. Com o auxílio da família, os irmãos Oliveira, decidiram investir na ideia de proporcionar um estilo único de servir e degustar. Com muita tradição e bom gosto, conquistaram o coração de muitos clientes e se tornaram um dos mais requisitados do bairro, onde estão até hoje encantando pessoas pelo paladar e pela experiência única de conforto de casa.

Considerando o cenário de crise pelo qual o mundo e o Brasil têm passado desde 2020, por conta da pandemia de Covid-19 e do isolamento social, foi necessário reinventar nosso negócio. Desta forma o bistrô decidiu inovar ampliando seu serviço incluindo em seus procedimentos a operação de delivery. Pensando na atual demanda de mercado, nosso trabalho estará desenvolvendo um Plano de Negócios.

Afim de responder à pergunta: Como podemos ressignificar um negócio de culinária caseira em tempos de crise? O respectivo Plano de Negócios mapeará os principais pontos de implementação dessa nova forma de operação através de três pilares: um Plano de Marketing, com estratégias de comercialização e promoções de negócio, um Plano Operacional, na gestão de reorganizar os processos e torná-los mais eficazes, e um Plano Financeiro, que determinará o total de recursos investidos para que a empresa se mantenha funcionando de forma ampliada em suas entregas.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio

O Bistrô Oliveira oferece um ambiente acolhedor e charmoso, com uma decoração interna simples, com mesas e cadeiras não tão sofisticadas como os restaurantes de luxo e com um atendimento excepcional, buscando entregar valor ao cliente, além do seu serviço alimentício.

Diferente dos buffets por kilo e self-service, o seu atendimento é totalmente a la carte, com pratos diferenciados e sabores únicos, mas com um preço acessível. O bistrô conta com um cardápio que combina perfeitamente com o seu ambiente e que é alterado periodicamente, de acordo com a interação do chefe de cozinha com os consumidores e em virtude da inovação contínua.

A principal diferença dentre a concorrência será a criação do próprio aplicativo de entregas, onde será possível realizar promoções únicas que conquistarão novos clientes, além de permitir a criação de um banco de dados, que auxiliará no serviço de pós venda.

2.2 – Logomarca



2.3 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1
Nome: Alexandro Matheus de Oliveira Tavares
Endereço: Rua Paula Nei, nº 266, Realengo
Cidade: Rio de Janeiro
Estado: RJ
Telefone 1: (21) 9 9940-5061
Telefone 2: (21) 9 9506-0341
Perfil: Formado em ciências contábeis, trabalhou como auxiliar fiscal na empresa RSM Brasil
Atribuição: Responsável pela área fiscal e tributária da empresa, com o objetivo de realizar a escrituração de todas as movimentações, apurar impostos e garantir que todas as obrigações legais estão sendo cumpridas.

Sócio 2
Nome: George Rafael Alves da Silva
Endereço: Rua Fama, nº 135, apto 102, Realengo.
Cidade: Rio de Janeiro
Estado: RJ
Telefone 1: (21) 9 9940-5062
Telefone 2: (21) 9 9506-0342
Perfil: Formado em administração de empresas, com curso técnico de marketing, estagiou no Bradesco Seguros com administração de Sucursais.
Atribuição: Responsável pela área de marketing da empresa, com o objetivo de elaborar e executar pesquisas de mercado para aperfeiçoar o posicionamento e a inovação da marca.

Sócio 3
Nome: Jessica Maria Oliveira de Souza
Endereço: Rua Eduardo Barbosa nº 80, Realengo
Cidade: Rio de Janeiro
Estado: RJ
Telefone 1: (21) 9 9940-5063
Telefone 2: (21) 9 9506-0343
Currículo: Formada em ciências contábeis, trabalhou na empresa MAG Seguros no departamento de controladoria.

Atribuições: Responsável pela área de operações da empresa, com o objetivo de desenvolver o planejamento estratégico, orçamento econômico-financeiro e implantar projeto de negócios para alcançar os objetivos de rentabilidade, custos e crescimento.

Sócio 4

Nome: Rodrigo de Oliveira Martins

Endereço: Rua Zaire Auler Cardoso, nº 40, apto 201, Bangu

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: RJ

Telefone 1: (21) 9 9940-5064

Telefone 2: (21) 9 9506-0344

Currículo: Formado em administração de empresas, estagiou na empresa Club Med Brasil SA, no departamento de compras e financeiro.

Atribuições: Responsável pela área comercial da empresa, com o objetivo de organizar e executar as melhores possibilidades de vendas para a empresa e atuar no serviço de atendimento ao consumidor com total efetividade e comprometimento.

Sócio 5

Nome: Thiago Mendes de Sousa Lima

Endereço: Rua Piraquara, nº 879, apto 212, Realengo.

Cidade: Rio de Janeiro

Estado: RJ

Telefone 1: (21) 9 9940-5065

Telefone 2: (21) 9 9506-0345

Currículo: Formado em administração de empresas, estagiou na empresa Sesc Rio como auxiliar administrativo.

Atribuições: Responsável pela área de recursos humanos da empresa, com o objetivo de atrair e reter novos talentos e assegurar uma boa cultura empresarial.

2.4 – Dados do empreendimento

A empresa possui a razão social como “Bistrô Oliveira Ltda” e o nome fantasia como “Bistrô Oliveira” sob o CNPJ 28.0125.9813/0001-09.

2.5. – Missão, Visão e Valores da empresa

Missão: Levar qualidade às pessoas, isso inclui sabor, atenção às sugestões, alívio de estresse, boas conversas e uma chance de comer bem por um bom preço. A perfeição é algo impossível em qualquer ramo, porém, a busca por ela é o que nos torna diferentes, especiais. Por isso, tentamos inovar mediante as dificuldades e sempre elevar nosso nível.

Visão: Dentro de um curto prazo de tempo, pretendemos expandir para mais 02 (duas) filiais na Zona Norte e Zona Sul e dentro de um longo prazo, tentar se tornar o maior Bistrô do Rio de Janeiro.

Valores: Ética profissional, pioneirismo, inovação, respeito, satisfação para com nossos clientes, competitividade, fidelização, cidadania e integridade com o meio ambiente.

2.6 – Setores de atividade

O Bistrô Oliveira se enquadra no setor do comércio.

2.7 – Forma jurídica

A forma jurídica adotada pelos sócios do Bistrô Oliveira é a Sociedade Limitada Ltda.

2.8 – Enquadramento tributário

O Bistrô Oliveira é optante pelo Simples Nacional.

2.9 – Capital social

O capital é de R\$ 200.000,00, sendo que a contribuição de cada sócio é de R\$ 40.000,00 e as cotas da empresa são divididas igualmente em 20%.

QUADRO 2.9. – CAPITAL SOCIAL: QUADRO DE SÓCIOS

Sócio	Porcentagem (%)	Valor
Alexandro Matheus de Oliveira Tavares	20	R\$40.000,00
George Rafael Alves da Silva	20	R\$40.000,00
Jessica Maria Oliveira de Souza	20	R\$40.000,00
Rodrigo de Oliveira Martins	20	R\$40.000,00
Thiago Mendes de Sousa Lima	20	R\$40.000,00
Total	100	R\$200.000,00

3.0 – Fonte de recursos

Os recursos financeiros do Bistrô Oliveira serão de R\$40.000,00 de cada sócio, totalizando R\$200.000,00 em recursos próprios.

3. ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é primordial na construção dos planos estratégicos de uma empresa, pois na medida em que se coleta dados do segmento onde está inserido, como informações sobre clientes, concorrentes e fornecedores, o processo de tomada de decisões torna-se uma tarefa mais fácil de obter resultados positivos.

Dito isto, o Bistrô Oliveira apresenta os seguintes dados obtidos com nossa análise de mercado.

3.1 – Estudo dos clientes

3.1.1 – Público Alvo

Nosso público alvo são principalmente jovens adultos até idosos, de classe média-alta que trabalham e/ou residem no Centro do Rio de Janeiro e em bairros adjacentes. Entretanto nosso serviço não está preso somente há este perfil, pois nossa culinária consegue satisfazer o desejo principal que as pessoas esperam de um restaurante, que é uma comida rica em sabor, além de um atendimento de alta qualidade.

3.1.2 – Comportamento do cliente

Uma empresa de pagamentos realizou uma pesquisa para avaliar como foi a alteração no tamanho do consumo do ramo alimentícios durante a pandemia,

...as atividades setor alimentício, que normalmente já atua com grande demanda nesse sistema, se intensificaram. O que mais se comprou pela internet durante o distanciamento social foi comida, feito por 44% da população. A tendência é que o hábito permaneça mesmo quando tudo voltar ao normal e a pandemia passar. Depois do primeiro mês de isolamento por conta da Covid, dados mostram um crescimento constante no setor. Uma análise feita pela Mobills mostrou que, em abril, houve o aumento de mais de 60% com relação ao mês anterior e, em maio, aproximadamente 40% com relação ao mês anterior. A empresa de pagamentos Rede também constatou um crescimento considerável de 59% nos serviços de entrega em casa se comparado ao período anterior à quarentena imposta para controle de contágio do novo coronavírus. (DLNews, 2020, online)

Baseado nestes dados, é perceptível como o uso do delivery, que já era um estilo de consumo em expansão, tornou-se a opção mais viável para uma grande parcela da população brasileira, principalmente por conta do coronavírus. Além disso, é importante ressaltar como a adoção desse serviço continuará em alta demanda mesmo após o fim da pandemia.

3.1.3 – Área de Abrangência

O Centro do Rio de Janeiro é um bairro da Zona Central do município do Rio de Janeiro, no Brasil. Apesar de possuir edifícios residenciais, o bairro é predominantemente comercial e turístico. Abriga a maior concentração de edifícios financeiros e de escritórios da cidade. Possui desde prédios históricos até modernos arranha-céus. Seus limites incluem sub-bairros e regiões como Candelária, Central do Brasil, Praça Onze, Santana, Senado, Cruz Vermelha, Tiradentes, Bairro de Fátima, Castelo, Cinelândia, Carioca, Livramento, Praça XV, Saara e Uruguaiana, além das ilhas das Cobras, Fiscal e de Villegaignon, e

o Aeroporto Santos Dumont. Seu índice de qualidade de vida, no ano 2021, era de 0,731: o 32º melhor entre 126 bairros da cidade, sendo considerado alto.

Desde 1763, quando a cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro foi elevada à condição de sede administrativa da colônia do Brasil, até 1960, quando a cidade perdeu a condição de estar em um Distrito Federal, o Centro foi o palco de algumas das mais importantes decisões e eventos da história do país. Restos arquitetônicos desse passado persistem até hoje, tendo se convertido em importantes atrações turísticas.

História

A história documentada do bairro começou em 1567, quando os 120 portugueses que haviam fundado a cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro dois anos antes, no Morro Cara de Cão, se transferiram para o Morro do Castelo, que oferecia melhores condições de expansão para a cidade. A partir desse morro, a cidade se expandiu nos séculos seguintes, passando a ocupar toda a área atualmente chamada de Centro.

Em 1780, o Rio de Janeiro estava dividido em quatro freguesias urbanas: São Sebastião (criada em 1569, 4 anos após a fundação da cidade), a sede no Morro do Castelo; Freguesia da Candelária (criada em 1621 segundo algumas fontes, em 1624 segundo outras); Freguesia de São José e Freguesia de Santa Rita (ambas criadas em 1721), além das freguesias rurais. Posteriormente, por desmembramentos, foram criadas as freguesias de Santana, Sacramento, Santo Antônio (1854) e Espírito Santo (1865). Em 1921, visando à preparação da festa em comemoração ao centenário da independência brasileira, o Morro do Castelo foi derrubado, dando lugar à atual região do Castelo

Cultura

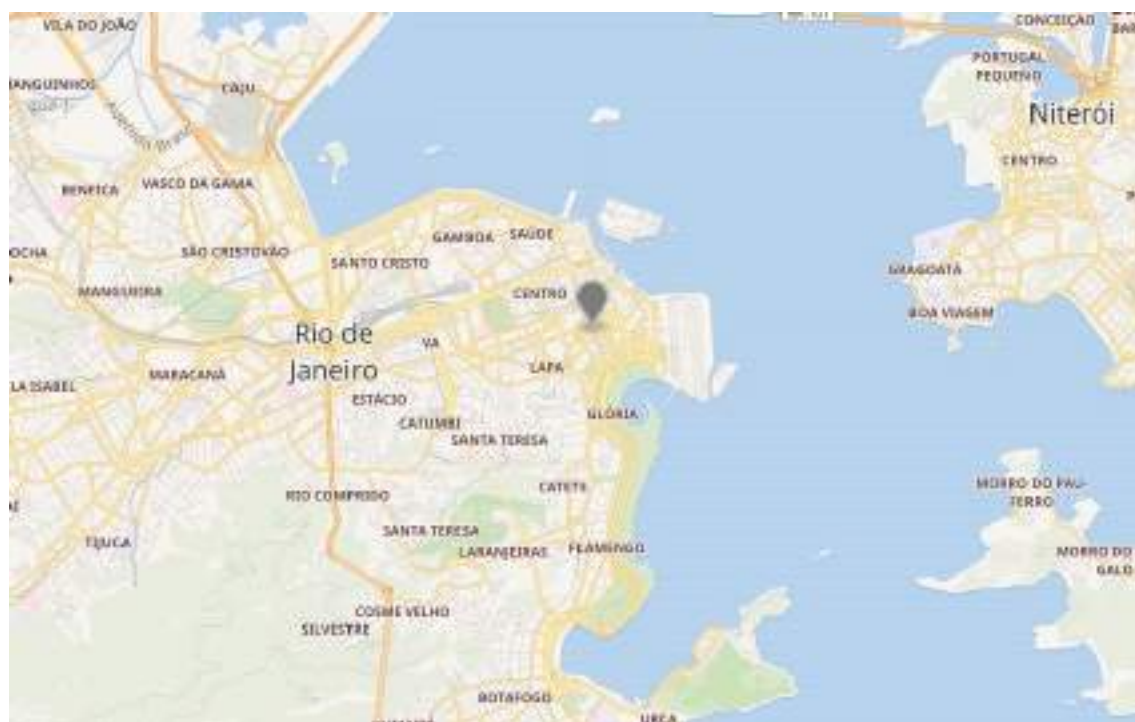
No Centro, localizam-se alguns monumentos e edifícios famosos, como o Cinema Odeon, o Teatro Municipal, o Chafariz Mestre Valentim, o Palácio Tiradentes - sede da câmara de deputados estaduais, o Palácio Duque de Caxias, a Biblioteca Nacional do Brasil (fundada por Dom João VI), a Estação

Central de Metrô e Trem e tantos outros que se destacam na paisagem histórica, arquitetônica e cultural do Rio de Janeiro. Possui atualmente 23 instituições museológicas, liderando a lista de bairros cariocas com mais opções de cultura.

Geografia

Não limita com as zonas Norte e Sul da cidade, sendo limitado em todos os lados por bairros centrais (com exceção da baía de Guanabara). Seus bairros vizinhos são: Catumbi, Cidade Nova, Gamboa, Glória, Lapa, Santa Teresa, Saúde e Santo Cristo.

QUADRO 3.1.3.1. – ANÁLISE DE MERCADO: MAPA DO CENTRO



Naturalmente, é uma grande área plana com alguns morros baixos. Seu litoral original não existe mais, devido a diversos e graduais aterros, principalmente para a modelação atual do Porto do Rio de Janeiro. É cortado pela Avenida Presidente Vargas, Avenida Rio Branco e Avenida Rodrigues Alves, que atualmente está em uma drástica transformação urbana devido à demolição do Elevado da Perimetral.

Transporte Urbano

Devido ao grande número de moradores de várias partes da área metropolitana que trabalham no núcleo, o Centro é servido por linhas municipais e intermunicipais de ônibus, trens, metrô e barcas que o ligam aos bairros das zonas Sul, Norte e Oeste do município do Rio, bem como à maioria das localidades dos municípios de Duque de Caxias, São João de Meriti, Belford Roxo, Nilópolis, Mesquita, Nova Iguaçu, Queimados, Japeri, Paracambi, Seropédica, Itaguaí, Magé, Guapimirim, Niterói, São Gonçalo, Itaboraí, Tanguá e Maricá, na região do Grande Rio.

Economia

Possui ativo mercado imobiliário, atrações turísticas, ótima gastronomia e excelentes opções para quem gosta de comprar, seja em lojas de rua ou em centros comerciais para este fim, como é o caso dos shoppings Avenida Central, Paço do Ouvidor e Vertical. Sedia grandes empresas como a Petrobras, a Vale e a Embratel.

3.2 – Estudo dos concorrentes

O estudo dos concorrentes consiste basicamente em monitorar quais são as forças e fraquezas do concorrente, com o objetivo de oferecer um maior valor agregado em seu produto.

O Bistrô Oliveira, priorizou uma análise criteriosa dos principais concorrentes da área, sendo esta análise realizada através de pesquisas de campo, constatando-se a necessidade da oferta de alimentação de excelente qualidade e preço concorrencial justo para atender os consumidores. Os principais concorrentes são:

QUADRO 3.1.3.2. – ANÁLISE DE MERCADO: ANÁLISE DE CONCORRENTES

EMPRESAS	QUALIDADE	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO	SERV. AOS CLIENTES
Bistrô Ouvidor	Mediana	Médio	Em espécie, cartões de débito, crédito e alimentação.	Rua do Ouvidor, n° 52, Centro - RJ	Presencial e delivery	Cozinhas Francesa, Brasileira e Sul-americana
Bistrô Villarino	Excelente	Alto	Em espécie, cartões de débito e crédito.	Avenida Rio Branco, n° 180, Centro - RJ	Apenas presencial	Cozinhas Contemporânea, Brasileira e Sul-americana
Paris 6	Boa	Alto	Em espécie, cartões de débito, crédito e alimentação.	Avenida Érico Veríssimo, n° 725, Barra da Tijuca - RJ	Presencial e delivery	Cozinhas Francesa e Brasileira

Fonte: elaborada pelos autores, 2021.

3.3 – Estudo dos fornecedores

Ao se tratar de fornecedores, a empresa contará com dois principais colaboradores, os quais são empresas bastante consolidadas no mercado. Um dos fornecedores é a Ceasa, um intermediário entre agricultores e comerciantes atacadistas. Segundo informações coletadas nas entrevistas aplicadas neste estudo, a Ceasa também é um colaborador de muitos outros restaurantes naturais do Rio de Janeiro. Outro importante fornecedor de matérias primas necessário para o empreendimento é o Atacadão - Guadalupe, visto que possui matérias primas não comercializada pelo Ceasa.

As Centrais de Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro S/A - CEASA/RJ é uma sociedade por ações de economia mista, tendo capital do Governo do Estado do Rio de Janeiro (a quem cabe a gestão, através da Secretaria de Agricultura, Pecuária, Pesca e Abastecimento).. Localizada na Av. Brasil, 19 - Irajá, Rio de Janeiro - RJ, corresponde ao maior mercado atacadista de hortigranjeiros do estado, pelo qual passam 35% do total de frutas, legumes e verduras consumidos no Rio de Janeiro. Com um preço mais acessível que supermercados, a compra em quantidade se faz primordial para que o custo se mantenha acessível pela população. Os itens que serão

ofertados por este fornecedor, de acordo com a exposição em seu site, são: Batata Branca; Batata Doce; Feijão; Lentilha; Mandioca; Abobrinha Italiana; Abóbora; Alface; Alho Nacional; Berinjela; Beterraba; Brócolis; Cenoura; Couve; Espinafre; Manjeriço; Milho; Ervilha; Moranga; Sal; Ovo Branco; Pimentão; Rúcula; Tomate Caqui (Gaúcho), entre outros.

O Atacadão - Guadalupe está localizado, na Av. Brasil, 22950 - Guadalupe, Rio de Janeiro - RJ. Seu público alvo é formado por comerciantes e consumidores que desejam comprar grandes volumes de insumos, reduzindo seu custo unitário, hoje eles contam com mais de 50 mil colaboradores, treinados e capacitados, sempre a postos para atender a todos.

O Atacadão - Guadalupe fornece alimentos básicos que não são comercializados pela Ceasa ou que tem um preço mais acessível, como o Arroz branco e integral, a Massa branca e integral, a Proteína de Soja, o Queijo e o Milho, entre outros insumos necessários para realização dos pratos.

Também possibilita a compra de matérias de limpeza e higiene com um preço mais em conta que os supermercados da região, por oferecer apenas grandes volumes. Os produtos são comercializados em embalagens de fardo, caixas com grandes volumes, pacotes, unidades e produtos vendidos a quilo com peso variável.

Pensamos em optar por fornecedores próximos até para que a logística seja viável e diminuía o custo de transporte e também se foi pensado em prol de manter os alimentos os mais frescos possíveis para dar um toque especial e mostrar o selo de qualidade e carinho que temos com nossos consumidores.

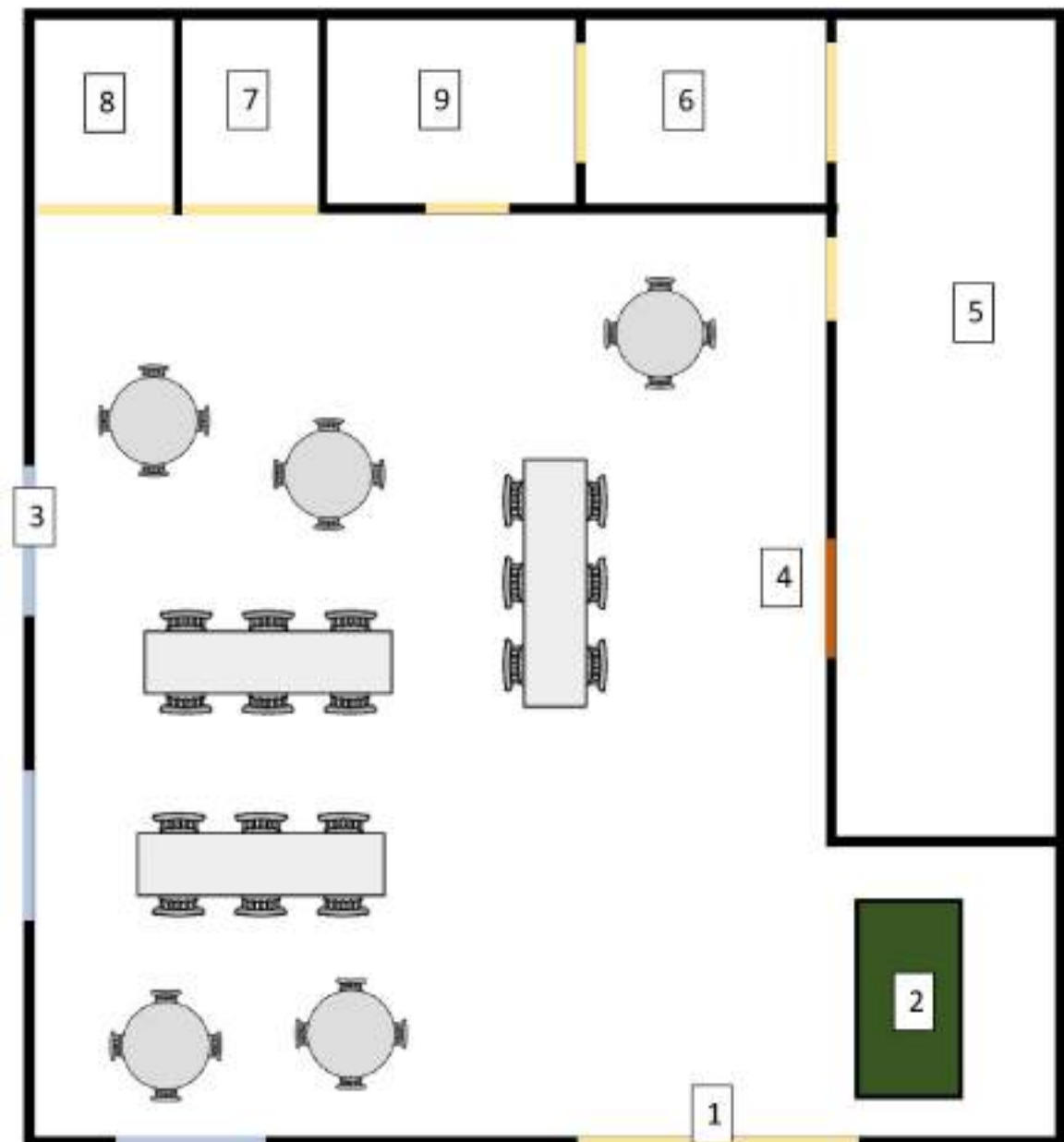
4. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é essencial para mesurar toda missão e visões estratégicas da empresa e coloca-las em pratica de maneira clara por meio de objetivos bem definidos, tal ação é feita levando em consideração alguns fatores como o layout físico do negócio, os fluxogramas da empresa, o número de colaboradores e a capacidade de produção.

4.1 – Arranjo Físico ou Layout

O arranjo físico é a parte é toda parte física disponível que está dentro das limitações do estabelecimento na qual opera um negócio, tal arranjo físico pode ser ocupado por máquinas, móveis, produtos, pessoas, etc. tudo depende do que a empresa se propõe a executar. É necessário pensar com inteligência essa etapa pois ela é a parte responsável por dois fatores importantes que ocorrerão dentro da empresa. A primeira é a forma como os processos serão conduzidos dentro desse arranjo físico escolhido pelo gestor, e a segunda é como os clientes enxergarão e se sentirão dentro da loja. Um layout ruim pode resultar tanto em processos lentos de serem executados e entregados, como também passar uma imagem de bagunça e falta de profissionalismo para pessoas que escolherem esse serviço. Da mesma forma, um layout bem planejado dará mais facilidade ao trabalho, além de encantar os clientes.

Dito isto, o arranjo físico do Bistrô Oliveira foi pensado em dar o máximo de conforto a todas as pessoas que entrarem na loja, para que se sintam acolhidas pelo nosso bistrô, além disso, a disposição dos cômodos foi pensada a fim de dar fluidez e clareza aos colaboradores do nosso negócio, visando entregar com rapidez e excelência o serviço tanto para as pessoas que estão no nosso ambiente físico quanto para aquelas que fizeram um pedido online.



- | | |
|-----------------------|----------------------------------|
| 1 – Entrada / saída | 2 – Caixas |
| 3 – Janelas | 4 – balcão de entrega dos pratos |
| 5 – Cozinha | 6 – Estoque |
| 7 – Banheiro Feminino | 8 – Banheiro Masculino |
| 9 – Escritório | |

4.2 – Capacidade Produtiva

O Bistrô Oliveira terá a capacidade de preparar 320 pratos por dia, dividido entre o atendimento físico e o de delivery; terá 3 funcionários na cozinha, 1 no caixa, 1 atendente, 2 garçons e 2 motoboys. A estrutura física

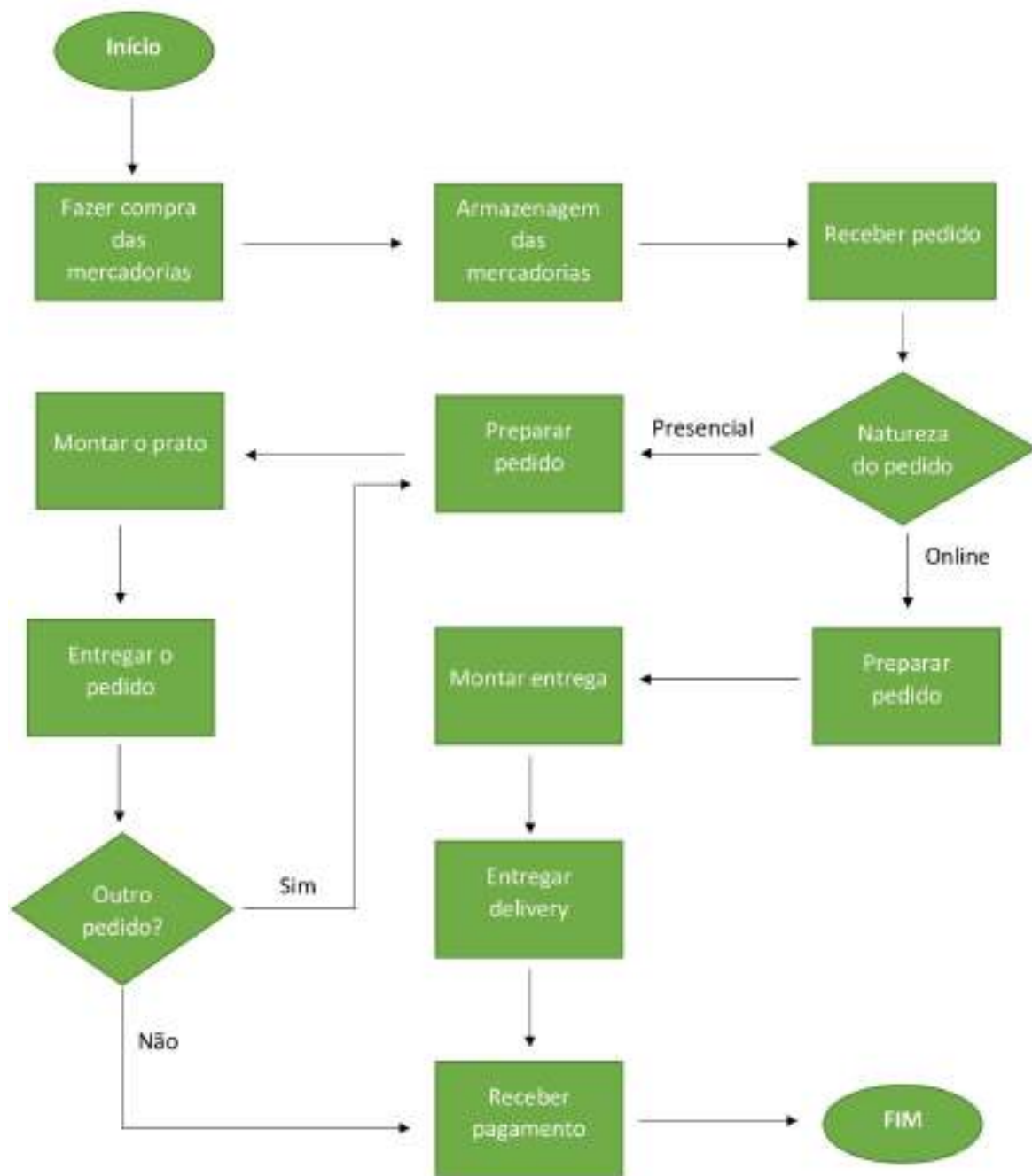
suporta até 45 pessoas a cada 1 hora, e atenderá em média 400 pessoas por dia por meio da loja física e digital.

4.3 – Processos Operacionais

Uma etapa é importante no plano de negócios é determinar o processo produtivo da empresa desde o início até o fim. Nesta etapa, mapeia-se todas as etapas de produção da empresa, afim de achar o caminho funcione para entregar o produto final dentro das limitações físicas e matérias da empresa.

Dito isto, utilizamos do fluxograma para atingir tal objetivo, o Bistrô tem um mapa produtivo simples afim de entregar o produto final de maneira ágil, ao mesmo tempo sem desperdiçar nenhum recurso, buscando a efetividade do processo de produção.

FLUXOGRAMA DO PROCESSO PRODUTIVO DO BISTRÔ OLIVEIRA



4.4 – Necessidade de Pessoal

Nesta etapa, dividimos as funções do operacional dentro a empresa, afim de buscar máximo desempenho dentro das especificações e habilidades de cada colaborador. Vale ressaltar que o quadro a seguir não relaciona os sócios da empresa, apenas os colaboradores, os sócios do Bistrô Oliveira revezaram de acordo com as necessidades do administrativo.

Cargo	Requisitos e Habilidades
Chefe de Cozinha	Ser formado em gastronomia, ser hábil com os alimentos disponível e um líder dentro da cozinha.
Auxiliar de Cozinha	Atender as necessidades do chefe de cozinha, saber lidar com pressão e ter prazer em fazer comida.
Balconista	Ser rápida no atendimento, habilidade com números e prestativa.
Atendente	Ser uma pessoa simpática, saber lidar com as necessidades e anseios dos clientes.
Garçom	Ser organizado, comunicativo e simpático.
Motoboy	2 anos ou mais de habilitação A, organizado e pontual.

5. PLANO DE MARKETING

5.1 – Descrições dos principais produtos e serviços

O Bistrô Oliveira é voltado para pessoas que buscam diferentes pratos, por meio da culinária caseira e do atendimento familiar em um ambiente acolhedor, agradável e moderno, com um toque de classe, no Centro do Rio de Janeiro. Já para os nossos clientes que buscam adquirir produtos para consumi-los em outro lugar de forma rápida, poderão acessar o nosso aplicativo, em seus dispositivos móveis, e ter a mesma vivencia do nosso ambiente físico, acompanhado pelo som de músicas ambientes e por um atendimento diferenciado.

5.1.1 – Produtos

Os produtos oferecidos pelo bistrô têm o objetivo de apresentar uma combinação de entretenimento e boa comida, com cardápios que são alterados periodicamente, fruto da interação do chefe de cozinha, com os consumidores e suas demandas. Todos os produtos são catalogados em um cardápio de opções, onde são apresentados os tipos, sabores e preços, além da imagem para assim proporcionar a melhor escolha do cliente. O Bistrô Oliveira oferece aos seus clientes entradas, saladas, pratos principais, sobremesas e bebidas. Portanto, logo abaixo, seguem os principais produtos oferecidos aos nossos clientes:



Saladas



SALADE CAPRESE

Classica e bem servida salada de folhas com mozzarella de búfala, rodela de tomate e manjerição, servida com molho vinagrete da casa.



SALADE TROPICAL

Salada muito bem servida de folhas com palmito pupunha, tomate e pepino, servida com molho vinagrete da casa.



CAESAR SALAD AU POULET

Salada muito bem servida de folhas mescladas com pedaços de peito de frango, croutons e parmesão, servida com o tradicional molho Caesar.



SALADE DE CHÈVRE CHAUD

Clássico francês, salada deliciosa e bem servida de folhas com tartine de queijo de cabra ao forno, damascos, nozes e tapenade de azeitonas pretas sobre torradas de baguete ao azeite de ervas, servida com vinagrete da casa.



Entradas



DADINHOS DE TAPIOCA

Crocantes por fora e macios por dentro, acompanhados de geleia de pimenta da casa.



PASTEIZINHOS DE CARNE

Preparado com carne ao molho bechamel e toque de molho inglês, acompanhado de geleia de pimenta.



BOLINHOS DE ARROZ

Cremosamente recheados com queijo brie, servidos com geleia de pimenta da casa.



**DADINHOS DE QUEIJO
COALHO**

Levemente dourados na chapa, acompanhados de mel 100% natural.



Pratos Principais



**FETTUCCINE ALFREDO AU
CREVETTES**

Fettuccine puxado ao molho Alfredo com camarões ao creme de leite, finalizado com queijo parmesão e com duo de camarões premium grelhados.



MOQUECA

Deliciosa moqueca de peixe grelhado, ao azeite de dendê, leite de coco e iguarias, servida com arroz ao próprio molho da moqueca e farofa de banana.



STROGONOFF DE POULET

Delicioso strogonoff de filé de frango com champignon, acompanhado de arroz branco e batata palha.



PICADINHO CARIOCA

O clássico picadinho, preparado com carne em cubos, acompanhado de ovo pochê, arroz, farofa e feijão carioca.



Sobremesas



PAVÊ AU CHOCOLAT BLANC

Delicioso pavê ao creme de chocolate branco com bolachas de maisena ao leite, coberto com raspa de chocolate branco.



CHEESECAKE AUX FRUITS ROUGES

Maravilhosa cheesecake com pedaços de frutas vermelhas no recheio, delicadamente coberta com ganache de chocolate branco e frutas vermelhas.



PETT GATEAU DE NUTELLA®

Petit Gateau de Nutella®, coberto com calda de Nutella®, acompanhado de morangos picados, avelãs granuladas, leite condensado e uma bola de sorvete de vanilla.



GRAND GATEAU® AU PAVÊ AU HERSHEY'S® BLANC

Grand Gateau® de chocolate coberto com uma camada cremosa de pavê de chocolate branco, morangos picados e toque final de leite condensado.



Bebidas



SUCOS

Laranja, Abacaxi, limão, Maracujá, Melancia, Morango e Abacaxi c/ Hortelã.



COQUETEL DE FRUTAS

Morango, laranja e abacaxi.



VINHO DA CASA

Opções Cabernet Sauvignon, Pinot Noir, Merlot, Carmener e Chardonnay.



CAFÉ EXPRESSO

LUNGO LEGGERO: Delicado com notas florais;
ESPRESSO LEGGERO: Equilibrado com notas d e cereais;
ESPRESSO DECAFFEINATO: Encorpado com notas de torrado;
RISTRETTO: Intenso com notas de cacau.

5.1.2 – Preço

A precificação dos produtos foi realizada de acordo com todo o custo do processo de produção, além de buscar manter valores competitivos com o que está sendo apresentado no mercado. Os preços sem nenhum desconto promocional serão os mesmos tanto para loja física ou delivery.

O Bistrô Oliveira trabalha com pagamentos diferenciadas, como pagamento facilitado, cartões de crédito, débito e vale-refeição, solicitando liberações de máquinas portáteis para que possamos melhor atender nossos clientes, possibilitando pagar na porta de sua casa e até mesmo virtualmente em nosso aplicativo.

Prato	Categoria	Preço
Salade Caprese	Salada	R\$ 22,00
Salade Tropical	Salada	R\$ 23,00
Caesar Salad AU Poulet	Salada	R\$ 27,00
Salade de Chèvre Chaud	Salada	R\$ 28,00
Dadinho de tapioca	Entrada	R\$ 24,00
Pastelzinhos	Entrada	R\$ 26,00
Bolinhos de Arroz	Entrada	R\$ 27,00
Dadinhos de Queijo Coalho	Entrada	R\$ 25,00
Fettuccine Alfredo ou Crevettes	Prato principal	R\$ 41,00
Moqueca	Prato principal	R\$ 48,00
Strogonoff de Poulet	Prato principal	R\$ 34,00
Picadinho Carioca	Prato principal	R\$ 43,00
Pavê au chocolat Blanc	Sobremesa	R\$ 27,00
Chesse cake aux fruits rouge	Sobremesa	R\$ 27,00
Petit Gateau de Nutella	Sobremesa	R\$ 29,00
Grand Gateau Au Pavê Au Hershey Blanck	Sobremesa	R\$ 32,00
Sucos	Bebida	R\$ 19,00
Refrigerante (lata)	Bebida	R\$ 11,00
Coquetel de frutas	Bebida	R\$ 22,00
Vinho da Casa	Bebida	(Taça R\$ 32,00) (Garrafa R\$ 99,00)
Café Espresso Lungo Leggero	Bebida	R\$ 16,00
Espresso Leggero	Bebida	R\$ 17,00
Espresso Decaffeinato	Bebida	R\$ 17,00
Ristretto	Bebida	R\$ 20,00

5.1.3 – Praça

A praça para o Bistrô Oliveira se divide em duas partes, a loja física e a loja virtual. A Loja física será no bairro do Centro, na Avenida Rio Branco, essa localização é uma das principais vias públicas da cidade, sendo palco de muitos acontecimentos importantes.

A outra parte é nosso sistema de delivery, que proporciona uma experiência agradável e um serviço de excelência na entrega dos nossos pratos.

5.1.4 – Promoção

A divulgação também será feita por meios físicos e digitais, por conta da ótima localização do Bistrô, teremos um investimento em panfletos promocionais para divulgar na região, a fim de manter contato e fidelizar com pessoas e outros negócios que são mais próximos.

Além disso, por meio das nossas redes sociais, faremos a divulgação dos nossos produtos e das promoções. Também investiremos em anúncios do Facebook, Instagram e Google, a fim de ter uma divulgação que alcance nosso público alvo de forma mais inteligente.

5.2 – Estratégias Promocionais

5.2.1 – Fidelização

Após duas refeições no bistrô, o cliente ganha um cartão de fidelização, com desconto nas próximas compras e sem taxa de entrega nos pedidos via telefone e Aplicativo.

5.2.2 – Check-in

Se houver check-in nas redes sociais, o freguês também ganha um desconto de 10% na compra

5.2.3 – Frete grátis

Frete será grátis para pedidos da região do Centro.

5.2.4 – Desconto aniversário

Pessoas que fizerem pedido no dia do seu aniversário terão descontos únicos, além de uma sobremesa grátis.

5.2.5 – Prato do dia

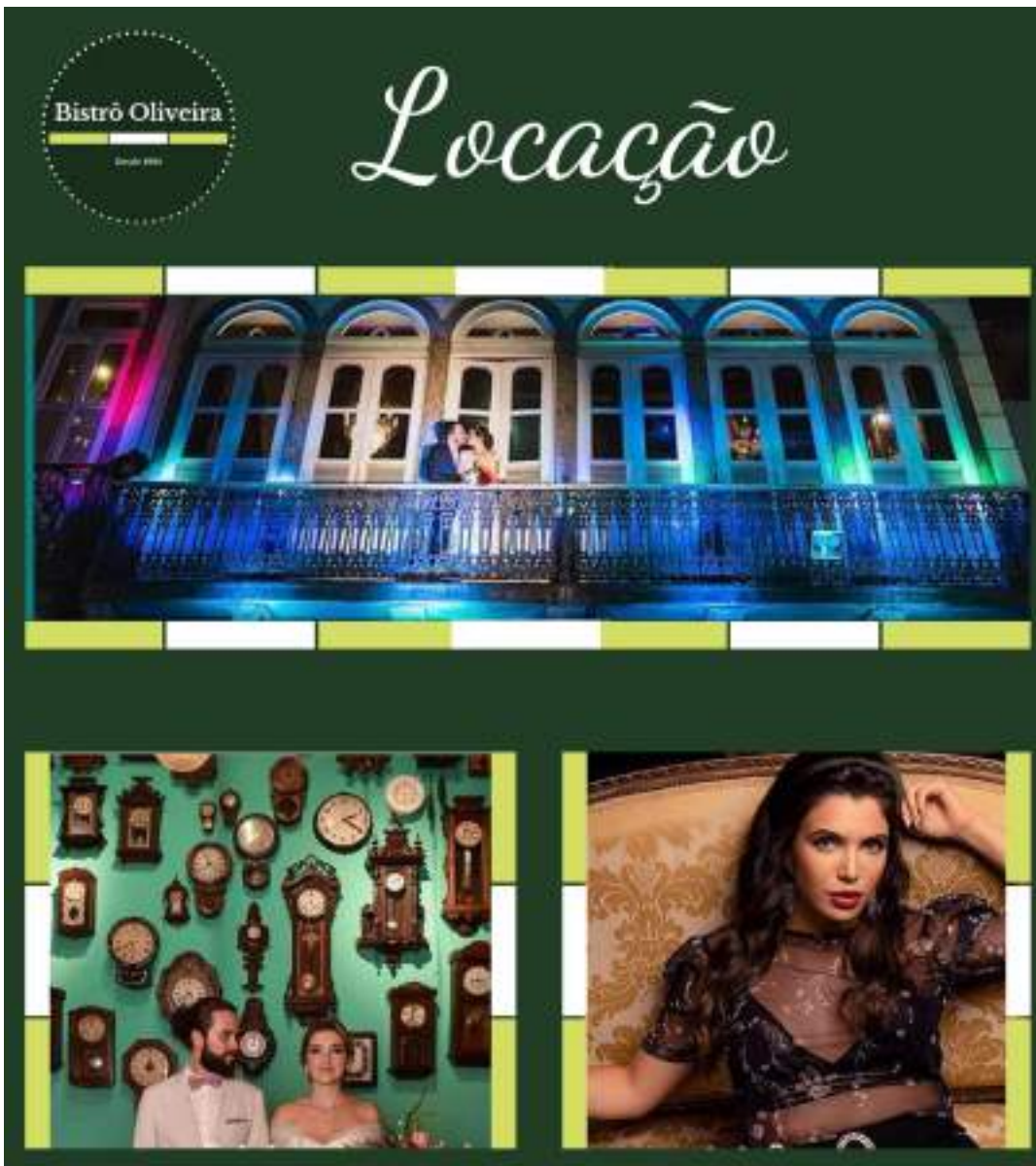
O prato do dia será escolhido pelo chef, e terá um desconto de 20%.

5.4 – Estrutura de comercialização

Nossa estrutura de comercialização contará com um restaurante para atendimentos presenciais com atendimento interno nos horários comerciais por telefone, aplicativos e pela internet através das nossas redes sociais, disponibilizando para os clientes o exclusivo serviço de atendimento. Podendo acrescentar mais estruturas com o decorrer das mudanças do mercado de atuação.

Por conta da pandemia, o bistrô também terá novas tecnologias para auxiliar na estrutura e atendimento, com intuito de atender as restrições de combate a covid-19. Os garçons utilizaram um sistema de comanda digital, que permite atender os clientes de maneira mais ágil e enviar os pedidos até os cozinheiros, sem a necessidade de transitar entre o salão e a cozinha. Também será adotado o sistema de cardápio por QR Code, para que os clientes possam visualizar os pratos em seu celular sem a necessidade de contato físico.

Além de colecionar muitas histórias e objetos antigos, o Bistrô Oliveira, também investirá na locação do seu espaço para realizar o sonho de fazer um ensaio inovador, em ambientes diversos e encantadores.



5.5 – Localização do negócio

Endereço	Avenida Rio Branco, 123 – CEP: 20040-006
Bairro	Centro
Cidade/Estado	Rio de Janeiro/RJ
Telefone	(21) 2026-0609

Localização escolhida por ser um bairro predominantemente comercial e turístico, a Avenida Rio Branco, é uma das principais vias públicas da cidade, sendo palco de muitos acontecimentos importantes. Não apenas por sua

importância como via de acesso ou pelas instituições que abriga ao logo de seus 1.800 metros de extensão, como o Teatro Municipal, a Biblioteca Nacional e o Museu Nacional de Belas Artes, mas também por representar, como símbolo, um dos primeiros sinais do racionalismo que caracterizou a identidade urbana brasileira na virada entre os séculos XIX e XX.

6. PLANO FINANCEIRO

Em um cenário econômico abalado por inúmeras incertezas, crises econômicas e grande concorrência, é necessário desenhar a projeção das receitas e despesas da empresa para proporcionar fôlego financeiro, controle comercial e administrativo. E assim alcançar as metas traçadas e os objetivos definidos.

6.1 – Estimativa dos Investimentos Fixos

Visto que o Bistrô Oliveira atua desde 1985, grande parte dos seus equipamentos, utensílios e produtos indispensáveis para a produção e armazenamento já foram adquiridos, com isso, a aquisição dos investimentos fixos necessários serão voltados para inovação e tecnologia, são eles:

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS				
Itens	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
Notebook	Computador para o controle e registro dos pedidos.	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Tablet	Tablet para comanda digital para registro dos pedidos para os garçons e cozinha.	3	R\$ 900,00	R\$ 2.700,00
Impressora	Emissão de nota fiscal do pedido.	1	R\$ 643,41	R\$ 643,41

Máquinas de cartão	Máquinas de pagamentos de cartão de crédito, débito, vale refeição, QR Code, venda digitada e Pix para garçons e motoboys.	4	R\$ 238,80	R\$ 955,20
Sistemas	Sistemas e softwares específicos para a administração e gestão de operações (Comanda Eletrônica, cadastro de clientes, lançamento de pedidos, Controle de caixa, estoque, mesas, delivery, etc).	-	-	R\$ 6.000,00
Ar Condicionado	-	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
Total				R\$ 15.798,61
MÓVEIS E UTENSÍLIOS				
Itens	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
Conjuntos de mesas + cadeiras	6 conjuntos de 1 mesa + 2 cadeiras 3 conjuntos de 1 mesa + 3 cadeiras 6 conjuntos de 1 mesa + 4 cadeiras	15 conjuntos	R\$ 600,00	R\$ 3.000,00
Bolsas térmicas	Bolsas térmicas para entregas.	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Total				R\$ 3.200,00
VEÍCULOS				
Itens	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
Veículos	2 Motocicletas para entregas.	2	R\$ 7.800,00	R\$ 15.600,00
Total				R\$ 15.600,00
Total dos Investimentos Fixos				R\$ 34.598,61

6.2 – Capital de giro

Para estabelecer o capital de giro, é necessário estimar as despesas regulares do negócio, e manter esse valor sempre em caixa para que a empresa possa ter condições de manter a sua operação.

6.2.1 Estimativa do Estoque Inicial

Estoque Inicial			
Descrição	Qtde.	Valor Unitário (R\$)	Total (R\$)
Arroz	50 kg	R\$ 2,80	R\$ 140,00
Feijão	40 kg	R\$ 3,00	R\$ 120,00
Frango	70 kg	R\$ 7,90	R\$ 553,00
Carne	100 kg	R\$ 30,00	R\$ 3.000,00
Peixe	70 kg	R\$ 10,00	R\$ 700,00
Legumes	100 kg	R\$ 2,10	R\$ 210,00
Verduras	85 kg	R\$ 1,20	R\$ 102,00
Sal	15 kg	R\$ 1,70	R\$ 25,50
Açúcar	30 kg	R\$ 3,50	R\$ 105,00
Temperos	35 kg	R\$ 1,80	R\$ 63,00
Ovo	10 dúzias	R\$ 3,20	R\$ 32,00
Leite	50 L	R\$ 3,90	R\$ 195,00
Óleo	20 L	R\$ 3,40	R\$ 68,00

Massas	40 kg	R\$ 2,30	R\$ 92,00
Farinhas	20 kg	R\$ 2,10	R\$ 42,00
Frutas	50 kg	R\$ 4,00	R\$ 200,00
Refrigerantes (lata)	100 L	R\$ 2,30	R\$ 230,00
Água garrafa	150 L	R\$ 0,80	R\$ 120,00
Suco	100 L	R\$ 2,50	R\$ 250,00
Bebidas quentes	20	R\$ 45,00	R\$ 900,00
Café	90 L	R\$ 2,50	R\$ 225,00
Laticínios	40 kg	R\$ 13,00	R\$ 520,00
Sorvete	50 L	R\$ 10,00	R\$ 500,00
Picolé	200	R\$ 1,40	R\$ 280,00
Embalagem refeição para entrega c/100	3	R\$ 49,90	R\$ 149,70
Embalagem suco para entrega c/100	2	R\$ 27,45	R\$ 54,90
Embalagem lanches/sobremesa c/1000	2	R\$ 60,00	R\$ 120,00
Total Estoque Inicial			R\$ 8.997,10

6.2.2 Caixa mínimo

1° Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
A vista	15%	1	0,15
A prazo (1) – Débito	15%	2	0,30
A prazo (2) – Crédito	45%	30	13,5
A prazo (3) - Vale Refeição	25%	3	0,75
Prazo médio total		15	

2° Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
A vista	15%	0	0
A prazo (1) – Comidas	45%	25	11,25
A prazo (1) – Bebidas	40%	10	4
Prazo médio total		15	

3° Passo: Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade Média de Estoque	
Número de dias	10

4° Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	14
2. Estoques – necessidade média de estoques	10
Subtotal Recursos fora do caixa	24
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores – prazo médio de compras	15
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	15
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	9

Caixa mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 53.386,88
2. Custo variável mensal	R\$ 44.890,07

3. Custo total da empresa	R\$ 98.276,94
4. Custo total diário	R\$ 3.275,90
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	9
Total Caixa Mínimo	R\$29.483,08

Capital de giro (resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 8.997,10
B – Caixa Mínimo	R\$ 29.483,90
Total Capital de Giro	R\$ 38.480,18

6.3 – Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais				
Itens	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
Marketing Inaugural	Marketing para divulgar a reabertura do Bistrô Oliveira.	-	-	R\$ 1.500,00
Reforma e Decoração	Despesas com reforma interna e externa (pintura, placa da fachada, troca de piso, etc) e decoração interna simples.	-	-	R\$ 10.000,00
Uniformes	Despesas com uniformes dos colaboradores.	7	R\$ 120,00	R\$ 840,00
Total dos Investimentos pré-operacionais				R\$ 12.340,00

6.4 – Investimentos Totais (Resumo)

Descrição dos Investimentos	Valor	(%)
1. Investimentos Fixos - Quadro 5.1	R\$ 34.598,61	41%
2. Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 38.480,18	45%
3. Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 12.340,00	14%
Total	R\$ 85.418,79	100%

Fontes de recurso	Valor	(%)
1. Recursos próprios	R\$ 200.000,00	100%
2. Recursos de terceiros	R\$ -	0%
TOTAL (1 + 2)	R\$ 200.000,00	100%

6.5 – Estimativa do faturamento mensal da empresa

Prato	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Salade Caprese	50	R\$22,00	R\$1.100,00
Salade Tropical	70	R\$23,00	R\$1.610,00
Caesar Salad AU Poulet	50	R\$27,00	R\$1.350,00
Salade de Chèvre Chaud	60	R\$28,00	R\$1.680,00
Dadinho de tapioca	200	R\$24,00	R\$4.800,00
Pastelzinhos	200	R\$26,00	R\$5.200,00
Bolinhos de Arroz	150	R\$27,00	R\$4.050,00
Dadinhos de Queijo Coalho	200	R\$25,00	R\$5.000,00
Fettuccine Alfredo ou Crevettes	200	R\$41,00	R\$8.200,00
Moqueca	180	R\$48,00	R\$8.640,00
Strogonoff de Poulet	200	R\$34,00	R\$6.800,00
Picadinho Carioca	150	R\$43,00	R\$6.450,00
Pavê au chocolat Blanc	250	R\$27,00	R\$6.750,00
Chesse cake aux fruits rouge	200	R\$28,00	R\$5.600,00
Petit Gateau de Nutella	300	R\$29,00	R\$8.700,00
Grand Gateau Au Pavê Au Hershey Blanck	250	R\$32,00	R\$8.000,00
Sucos	150	R\$19,00	R\$2.850,00
Refrigerante (lata)	450	R\$11,00	R\$4.950,00
Coquetel de frutas	190	R\$22,00	R\$4.180,00
Vinho da Casa (garrafa)	85	R\$99,00	R\$8.415,00
Vinho da Casa (taça)	90	R\$32,00	R\$2.880,00
Café Espresso Lungo Leggero	125	R\$16,00	R\$2.000,00
Espresso Leggero	150	R\$17,00	R\$2.550,00
Espresso Decaffeinato	120	R\$17,00	R\$2.040,00
Ristretto	110	R\$20,00	R\$2.200,00
Total			R\$115.995,00

6.6 – Estimativa dos custos de comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES (DAS)	10,70%	R\$115.995,00	R\$12.411,47
IRPJ	-	-	-
PIS	-	-	-
COFINS	-	-	-
CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido	-	-	-
Impostos Estaduais			
ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços	-	-	-
Impostos Municipais			
ISS – Imposto sobre Serviços	-	-	-
Subtotal 1			R\$ 12.411,47
2. Gastos com vendas			
Outros	3%	R\$115.995,00	R\$ 3.479,85
Subtotal 2			R\$ 3.479,85
Total			R\$ 15.891,32

6.7 - Apuração dos custos das mercadorias vendidas

Produto	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Custo Unitário de Materiais/Aquisição (R\$)	CMV (R\$)
Salade Caprese	50	R\$5,50	R\$275,00
Salade Tropical	70	R\$5,75	R\$402,50
Caesar Salad AU Poulet	50	R\$6,75	R\$337,50
Salade de Chèvre Chaud	60	R\$7,00	R\$420,00
Dadinho de tapioca	200	R\$6,00	R\$1.200,00
Pastelzinhos	200	R\$6,50	R\$1.300,00
Bolinhos de Arroz	150	R\$6,75	R\$1.012,50
Dadinhos de Queijo Coalho	200	R\$6,25	R\$1.250,00
Fettuccine Alfredo ou Crevettes	200	R\$10,25	R\$2.050,00

Moqueca	180	R\$12,00	R\$2.160,00
Strogonoff de Poulet	200	R\$8,50	R\$1.700,00
Picadinho Carioca	150	R\$10,75	R\$1.612,50
Pavê au chocolat Blanc	250	R\$6,75	R\$1.687,50
Chesse cake aux fruits rouge	200	R\$7,00	R\$1.400,00
Petit Gateau de Nutella	300	R\$7,25	R\$2.175,00
Grand Gateau Au Pavê Au Hershey Blanck	250	R\$8,00	R\$2.000,00
Sucos	150	R\$4,75	R\$712,50
Refrigerante (lata)	450	R\$2,75	R\$1.237,50
Coquetel de frutas	190	R\$5,50	R\$1.045,00
Vinho da Casa (garrafa)	85	R\$24,75	R\$2.103,75
Vinho da Casa (taça)	90	R\$8,00	R\$720,00
Café Espresso Lungo Leggero	125	R\$4,00	R\$500,00
Espresso Leggero	150	R\$4,25	R\$637,50
Espresso Decaffeinato	120	R\$4,25	R\$510,00
Ristretto	110	R\$5,00	R\$550,00
Total			R\$28.998,75

6.8 – Estimativa dos custos com mão de obra

Cargo	Nº de Empregados	Salário Mensal (R\$)	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
Chefe de Cozinha	1	R\$ 1.700,00	R\$ 669,29	R\$ 2.369,29
Auxiliar de Cozinha	1	R\$ 1.400,00	R\$ 551,18	R\$ 1.951,18
Auxiliar de Cozinha	1	R\$ 1.400,00	R\$ 551,18	R\$ 1.951,18
Operador de Caixa	1	R\$ 1.100,00	R\$ 433,07	R\$ 1.533,07
Atendente	1	R\$ 1.100,00	R\$ 433,07	R\$ 1.533,07
Garçom	1	R\$ 1.250,00	R\$ 492,13	R\$ 1.742,13
Garçom	1	R\$ 1.250,00	R\$ 492,13	R\$ 1.742,13
Motoboy	1	R\$ 700,00	R\$ 275,59	R\$ 975,59
Motoboy	1	R\$ 700,00	R\$ 275,59	R\$ 975,59
Total				R\$14.773,22

6.9 – Estimativa do custo com depreciação

Ativos fixos	Valor do bem	Vida útil em anos	Depreciação anual	Depreciação mensal
Máquinas e equipamentos	R\$ 4.598,61	10	R\$ 459,86	R\$ 38,32
Móveis e utensílios	R\$ 3.200,00	10	R\$ 320,00	R\$ 26,67
Computadores e periféricos	R\$ 11.200,00	5	R\$ 2.240,00	R\$ 186,67
Veículos	R\$ 15.600,00	5	R\$ 3.120,00	R\$ 260,00
Total				R\$ 511,66

6.10 – Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Descrição	Valor Mensal
Salários + encargos	R\$ 14.773,22
Gás	R\$ 200,00
Energia elétrica	R\$ 700,00
Água	R\$ 500,00
Telefone + internet	R\$ 200,00
IPTU + IPVA	R\$ 250,00
Combustível	R\$ 500,00
Pró-labore	R\$ 35.000,00
Material de limpeza	R\$ 180,00
Material de escritório	R\$ 80,00
Manutenção (máquinas e equipamentos)	R\$ 200,00
Depreciação	R\$ 511,66
Outras despesas	R\$ 300,00
Total	R\$ 53.386,88

6.11 – Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)	%
1. Receita Total com Vendas	R\$ 115.995,00	R\$ 1.391.940,00	100%
2. Custos Variáveis Totais	R\$ 54.897,33	R\$ 658.768,00	47%

(-) CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	R\$ 31.698,33	R\$ 380.380,00	27%
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 18.559,20	R\$ 222.710,40	16%
(-) Gastos com vendas	R\$ 4.639,80	R\$ 55.677,60	4%
3. Margem de Contribuição	R\$ 61.097,67	R\$ 733.172,00	53%
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 53.386,88	R\$ 640.642,50	46%
5. Resultado Operacional (Lucro)	R\$ 7.710,79	R\$ 92.529,50	7%

6.12 – Indicadores de viabilidade

5.12.1 – Ponto de equilíbrio	R\$ 87.091,15
5.12.2. – Lucratividade	15,3%
5.12.3. Rentabilidade	20,7%
5.12.4. – Prazo de retorno do investimento	5 anos

7 – CONSTRUÇÕES DE CENÁRIOS

Receita (Pessimista) 20% Receita (Otimista) 10%

Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
1. Receita Total com Vendas	115.995,00	100%	81.196,50	100%	127.594,50	100%
2. Custos Variáveis Totais	44.890,07	39%	35.912,05	44%	49.379,07	39%
(-) CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	28.998,75	25%	23.199,00	29%	31.898,63	25%
(-) Impostos sobre vendas	12.411,47	11%	9.929,17	12%	13.652,61	11%
(-) Gastos com vendas	3.479,85	3%	2.783,88	3%	3.827,84	3%
3. Margem de Contribuição	71.104,94	61%	56.883,95	70%	78.215,43	61%
4. (-) Custos Fixos Totais	53.386,88	46%	42.709,50	53%	58.725,56	46%
5. Resultado Operacional (Lucro)	17.718,06	15%	14.174,45	17%	19.489,87	15%

8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

8.1 – Análise da matriz SWOT

Com a matriz SWOT será possível realizar uma investigação mais a fundo sobre toda a nossa empresa, fazendo-se necessária para interpretar de forma mais assertiva as alterações internas e externas do mercado, dos fornecedores e até mesmo dos nossos colaboradores, além de proporcionar uma base para execução do planejamento estratégico do empreendimento.

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ótima localização; • Ambiente interno altamente inovador; • Qualificação dos funcionários; • Investidores antigos e de confiança; • Presença digital forte; • Relação com cliente; 	<ul style="list-style-type: none"> • Expandir nossos horizontes através do sistema de delivery; • Investidores anjos • Maior procura por alimentos mais saudáveis; • Participação em eventos/concursos;
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de controle adequado da gestão de materiais; • Empresa antiga, com nome pouco conhecido no mercado; • Recursos limitados; • Empresa Reduzida; 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta iminente da taxa de juros; • Forte concorrência; • Aumento de preço dos insumos; • Regulações governamentais;

Fatores Internos

Forças

Ótima localização

Por conta do bairro em que o bistrô está inserido, conseguimos obter um ótimo fluxo de pessoas em nosso estabelecimento.

Ambiente interno altamente inovador

Entendemos a importância de sempre buscar se reinventar, por conta disso nossa equipe está focada em sempre oferecer o melhor para nossos clientes por meio de práticas inovadoras.

Qualificação dos funcionários

Nossa equipe é altamente qualificada para que consigamos entregar um atendimento perfeito.

Investidores antigos e de confiança

Nossos investidores confiam em no valor da nossa empresa, isso traz maior credibilidade para futuros projetos

Presença digital forte

O Bistrô Oliveira está constantemente evoluindo com a participação nas redes sociais, construindo um nome cada vez melhor nesse ambiente altamente rentável.

Relação com o cliente

Nosso mais alto valor são nossos clientes, nossa empresa está sempre aberta as opiniões e feedbacks de nossos consumidores, afim de construir uma relação próspera.

Fraquezas

Falta de controle adequado da gestão de materiais

Nossa administração de apresenta alguns problemas na gestão de estoque de materiais.

Empresa antiga, com nome pouco conhecido no mercado

Nossa empresa possui uma trajetória longa, entretanto nosso crescimento dentro do mercado não foi exponencial da maneira projetada.

Recursos Limitados

Foi executada uma renovação total da empresa para o período da pandemia, o que tornou os recursos limitados.

Empresa Reduzida

A estruturação da empresa também passou pelo quadro de funcionários, o que tornou o processo da empresa um pouco sobrecarregado para os funcionários devido a adesão pelo serviço de delivery.

Fatores Externos

Oportunidades

Expandir os horizontes através do delivery

São diferentes formas com que nossa empresa possa obter lucro com o delivery

Investidores anjos

Nossos produtos podem chamar a atenção de diferentes investidores que podem ajudar na evolução da nossa empresa.

Maior procura por alimentos mais saudáveis

A pandemia fez com que as pessoas voltassem sua atenção para uma alimentação mais saudável, essa é uma oportunidade para ganhar novos clientes

Participação em eventos/concursos

Há sempre novos eventos e programas voltados ao ramo da culinária acontecendo, uma eventual participação chamaria a atenção de novas pessoas para nosso bistrô.

Ameaças

Alta iminente de juros

A incessante queda na economia pode trazer grandes impactos para a evolução econômica da nossa empresa.

Forte concorrência

Esse ramo não é um oceano azul, nossa concorrência é bastante alta e novos produtos podem acabar diminuindo na nossa venda.

Aumento dos preços dos insumos

A economia do país não está em bons momentos, uma piora pode acarretar no aumento de preços que traria consequências diretas no valor do nosso produto final.

Regulamentações governamentais

Estamos em um período de incertezas por conta da pandemia, novas regulamentações de combate ao vírus do covid-19 podem afetar na maneira como nosso bistrô opera.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O plano de negócios é um estudo indispensável para qualquer pessoa que deseja ingressar no mercado com seu próprio negócio, pois não basta apenas querer abrir uma empresa ou gostar de algum ramo, é necessário traçar estratégias em todas as áreas do negócio para obter maior chance de sucesso e ter maior controle sobre as eventuais crises do mercado.

O Bistrô Oliveira foi criado no intuito de transmitir para os clientes a satisfação de comer e comer bem, visto que muitos restaurantes oferecem enganações ou um serviço de pouca qualidade. Decidimos realizar o plano de negócios para exemplificar, organizar e planejar melhor nossas ações, além de colocar em prática os conteúdos aprendidos nos cursos de administração e ciências contábeis.

Dito isto, reunimos todo nosso conhecimento de administração e ciências contábeis adquirido no decorrer dos anos de estudo na universidade junto com uma intensa pesquisa de mercado para que fosse possível elaborar um plano de negócios que cumprisse esse objetivo, com novas ideias aplicadas de uma forma realista. Vale ressaltar que consideramos variáveis bem incomuns, como a da Pandemia da covid 19, que nos fez implementar um novo sistema de delivery, que mediante à estudos a fundo chegamos à conclusão de que seria uma possibilidade (não assegurada) de sucesso.

Portanto, o presente plano de negócios desenvolvido forneceu informações, instruções e auxílio para a criação de um restaurante que pode ser bem próspero e ter um alto índice de lucro, sem nos esquecer de que o

mercado não é estático e na maioria das vezes apresenta alterações, logo é de suma importância promover análises e revisões de todo o processo interno e externo.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ceasa. 2021. Instituição. Disponível em: <http://www.ceasa.rj.gov.br/ceasa_portal/view/unidade_grandeRio.asp>.

Acesso em 29 de Abr de 2021.

CENTRO da Cidade. Rio de Janeiro Aqui. 2020. Disponível em: <<https://www.riodejaneiroaqui.com/portugues/centro-do-rio.html>>. Acesso em: 2 de Mai de 2021.

COMO elaborar um plano de negócios. Sebrae. Brasília, 2013. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>> Acesso em 26 de Abr de 2021.

COMO montar um bistrô. Sebrae. 2021. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/247956/referencia-site-abnt-artigos/>>. Acesso em 01 de Mar de 2021.

Paris 6. 2021. Menu. Disponível em: <<https://www.paris6.com.br/menu>>. Acesso em 06 de Mai de 2021

SETOR de alimentação tem incremento de 40% de entregas delivery durante a pandemia. DLNews. 2020. Disponível em: <<https://dlnews.com.br/noticias?id=39513/setor-de-alimentacao-tem-incremento-de-40%-de-entregas-delivery-durante-a-pandemia>>. Acesso em: 27 de Abr de 2021.

Tripadvisor. 2021. Pesquisa bistrô. Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/Search?geo=303506&q=bistro%20rio%20de%20janeiro&queryParsed=true&blockRedirect=true&searchSessionId=5CFFFEFBC7BE84610EB734B5B32EAE781619559632527ssid&searchNearby=false&si>>

d=F88F6F9A28A64B70A305FB4B9C43D5111623078651518&ssrc=a&rf=1>.

Acesso em 06 de Mai de 2021.

Tripadvisor. 2021. Pesquisa Restaurantes Franceses. Disponível em:
<<https://www.tripadvisor.com.br/Restaurants-g303506-c20->

[Rio_de_Janeiro_State_of_Rio_de_Janeiro.html](https://www.tripadvisor.com.br/Restaurants-g303506-c20-Rio_de_Janeiro_State_of_Rio_de_Janeiro.html)> Acesso em 06 de Mai de
2021.