



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA**

**EDUARDO VINICIUS KUNST AGUIAR**

**SEMOLINA COZINHA: PLANO DE NEGÓCIOS DE UM  
RESTAURANTE DE COZINHA ITALIANA.**

**JOÃO PESSOA**

**2021**

EDUARDO VINICIUS KUNST AGUIAR

**SEMOLINA COZINHA: PLANO DE NEGÓCIOS DE UM  
RESTAURANTE DE COZINHA ITALIANA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Valéria Saturnino

JOÃO PESSOA

2021

EDUARDO VINICIUS KUNST AGUIAR

**SEMOLINA COZINHA: PLANO DE NEGÓCIOS DE UM RESTAURANTE DE  
COZINHA ITALIANA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

RESULTADO: Aprovado com Correções NOTA: 9,75 (nove vírgula setenta e cinco)

João Pessoa, 10 de dezembro de 2021.

BANCA EXAMINADORA



---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva  
Professora Orientadora



---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães  
Membro da Banca Examinadora (Interno)



---

Prof.<sup>a</sup>. Msc. Karlla Karinne Gomes de Oliveira  
Membro da Banca Examinadora (Interno)

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

A282s Aguiar, Eduardo Vinicius Kunst.

Semolina Cozinha: plano de negócios de um restaurante de cozinha italiana / Eduardo Vinicius Kunst Aguiar. - João Pessoa, 2021.

42 f. : il.

Orientação: Valéria Louise de A M Saturnino Silva.  
TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Plano de negócios. 2. Empreendedorismo. 3.

Culinária

italiana. I. Saturnino Silva, Valéria Louise de A M.

II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 640.43:338.23(450)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente à Professora Valéria Louise Saturnino por todo o apoio prestado durante todo o projeto, por ter sido paciente e explicado ponto a ponto do plano de negócios para que eu tivesse um maior entendimento.

Agradeço também à minha família, por sempre ter me apoiado em todas as minhas decisões, por terem incentivado os meus estudos e me encaminhado para seguir o meu caminho e conquistar os meus objetivos.

Sou profundamente grato ao meu namorado Thairone Moreira Cavalcanti por sempre ter me apoiado tanto no âmbito pessoal quanto a respeito das demandas da universidade.

Agradeço aos meus amigos que fiz em João Pessoa, todos foram importantes em todo o processo do curso de gastronomia e me fizeram de alguma forma chegar até aqui, mas agradeço especialmente à Julia Montenegro por ter passado por esse período do TCC junto a mim e sempre ter me incentivado a não desistir.

E por fim, agradeço aos professores incríveis que fizeram parte da minha história no CTDR, foram anos de muito aprendizado que com certeza levarei para toda a vida.

## **RESUMO**

O setor de Alimentos e Bebidas (A&B) no Brasil está em constante crescimento. De acordo com o Instituto Foodservice Brasil (IFB), no ano de 2018 cerca de 37% da população brasileira fez suas refeições fora de casa, o que tem se tornado cada vez mais comum, visto que a rotina da população tem se tornado mais corrida. Além de tudo, é um mercado que movimenta uma boa parcela da economia do país, movimentando cerca de 170 bilhões de reais por ano, com uma expansão anual de 12% (ABRASEL, 2020). Tendo como base essa perspectiva de crescimento, esta pesquisa teve por objetivo identificar a viabilidade de abertura de um novo restaurante na cidade de João Pessoa – PB, focado na culinária italiana. Para isso, foi realizada uma Pesquisa de Mercado para entender quais são expectativas dos pessoenses a respeito do empreendimento e foi detalhado um Plano de Negócios para entender quais são as necessidades e os desafios que o empreendedor irá encontrar ao dar início ao seu empreendimento, além de identificar a existência da viabilidade financeira e mercadológica. Os resultados obtidos demonstram a viabilidade de abertura da Semolina Cozinha na Cidade de João Pessoa, considerando uma projeção de fluxo de caixa para cinco anos, com prazo de retorno do investimento em 10 (dez) meses, dentre outros indicadores que demonstram sua viabilidade.

**Palavras Chave:** Plano de Negócios, Empreendedorismo, Culinária Italiana.

## **ABSTRACT**

The Brazilian Food and Beverage Sector (F&B) is in constantly growing. According to the Foodservice Brazil Institute (IFB), in 2018 around 37% of the Brazilian population ate their meals outside the home, which has become increasingly common, as the population's routine has become more hectic. Above all, it is a market that moves a good portion of the country's economy, moving around 170 billion reais a year, with an annual expansion of 12% (ABRASEL, 2020). Based on this growth perspective, this research aimed to identify the feasibility of opening a new restaurant in the city of João Pessoa - PB, focused on Italian cuisine. For this, a Market Research was carried out to understand the needs and expectations of people about the enterprise and a Business Plan was detailed to understand the needs and challenges that the entrepreneur will face when starting his enterprise, in addition to identifying the existence of financial and market viability. The results obtained demonstrate the viability of opening Semolina Cozinha in the city of João Pessoa, considering a cash flow projection for five years, with a payback period of 10 (ten) months, among other indicators that demonstrate its viability.

**Keywords:** Business Plan, Entrepreneurship, Italian Culinary.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 OBJETIVOS.....	11
1.1.1 OBJETIVO GERAL.....	11
1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
2 METODOLOGIA.....	13
3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	15
3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	15
3.1.1 Estrutura Organizacional da Empresa.....	15
3.1.2 Forma Jurídica.....	15
3.1.3 Missão, Visão e Valores da Semolina Cozinha.....	16
3.1.4 Fonte de Recursos.....	16
3.2 ANÁLISE DE MERCADO.....	16
3.2.1 Pesquisa de Mercado.....	16
3.2.2 Estudo dos Clientes.....	24
3.2.3 Estudo dos Fornecedores.....	24
3.2.4 Estudo dos Concorrentes.....	25
3.3 PLANO DE MARKETING.....	25
3.3.1 Produtos e Serviços.....	26
3.3.2 Estratégia de Preços.....	26
3.3.3 Estratégia de Comunicação e Promoção.....	26
3.4 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	27
3.5 PLANO OPERACIONAL.....	27
3.5.1 Layout Físico.....	27
3.5.2 Capacidade Produtiva.....	28
3.6 ANÁLISE FINANCEIRA E DE VIABILIDADE.....	28
3.6.1 Investimentos Fixos.....	28
3.6.3 Estimativa de Faturamento Mensal.....	31
3.6.4 Custos de Mão de Obra e Pró-Labore.....	32
3.6.5 Custos Fixos.....	33
3.6.7 Comissões e Outros Custos Variáveis.....	34
3.6.8 Investimento Total e Financiamento.....	35

3.6.9 Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE).....	35
3.6.10 Sazonalidade .....	37
3.6.11 Indicadores de Viabilidade .....	37
3.6.11.1 Resumo Financeiro.....	37
3.6.11.2 Ponto de Equilíbrio .....	38
3.6.11.3 Lucratividade.....	38
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	40
REFERÊNCIAS .....	41
APÊNDICE .....	42

## 1 INTRODUÇÃO

O modo como as populações do mundo se alimenta sofreu inúmeras transformações com o passar do tempo. Desde a pré-história, quando os seres humanos eram nômades e se alimentavam com o que havia disponível no ambiente em que habitavam, já se notava a existência de costumes e aspectos culturais referentes à alimentação. Se reunir para se alimentar em grupo e coletar e preparar os alimentos de forma coletiva era um costume já observado na época (FREIXA E CHAVES, 2013).

Conforme chegavam os novos períodos históricos, observou-se que o homem já não se alimentava mais da mesma forma. As técnicas de cozimento foram sendo aperfeiçoadas, a variedade de alimentos foi sendo cada vez mais diversificada, até chegar aos dias atuais, em um mundo globalizado, onde pode-se encontrar alimentos produzidos no mundo todo em um só país (FREIXA E CHAVES, 2013).

Atualmente, sabe-se que o hábito de se alimentar não serve apenas para se manter vivo. Os prazeres ocasionados pelo gosto (BRILLAT SAVARIN, 1995), o auge das tendências da gastronomia, etc. formam as manifestações da curiosidade para a adoção de novos hábitos.

Com a Revolução Francesa, muitos chefs que trabalhavam nos palácios ficaram sem emprego, e precisaram encontrar formas de trazer renda à suas famílias. Foi nesse período que muitos deles começaram a abrir os seus próprios negócios para suprir essa demanda de trabalhadores, então a ascensão dos restaurantes aqueceu o mercado naquela época, fazendo com que surgissem milhares novos restaurantes (FREIXA E CHAVES, 2013).

No Brasil, o desenvolvimento do setor de gastronomia é mais recente, estando o setor de Alimentos e Bebidas (A&B) em constante crescimento na última década. De acordo com o Instituto Foodservice Brasil (IFB), no ano de 2018 cerca de 37% da população brasileira fez suas refeições fora de casa, o que tem se tornado cada vez mais comum, visto que a rotina da população tem se tornado mais corrida. Além de tudo, é um mercado que movimenta uma boa parcela da produção econômica do país, movimentando cerca de 170 bilhões de reais por ano, com uma expansão anual de 12% (ABRASEL, 2020).

Devido à herança da imigração italiana no Brasil, a culinária deste país se tornou uma das mais queridas pela população brasileira. De acordo com a pesquisa de consumo realizada pela Banca do Ramon no mercado municipal em São Paulo, a culinária da Itália

é escolhida cerca de 41% das vezes quando uma família decide se alimentar em um restaurante de origem estrangeira. De acordo com os participantes da pesquisa, eles se identificam com essa culinária por suas semelhanças com a culinária brasileira e a facilidade de reproduzi-las com os alimentos que aqui encontramos.

Dito isso, este trabalho tem como foco desenvolver um plano de negócios que sirva de base para a abertura da Semolina Cozinha na cidade de João Pessoa (PB), apresentando ponto a ponto como será a busca para desenvolver esta empresa de culinária italiana, de acordo com as aulas dadas durante o Curso de Bacharelado em Gastronomia. A Semolina Cozinha será uma empresa que trará o serviço de Restaurante, bem como a venda de produtos de culinária italiana semiprontos para consumo.

Sabendo disso, este trabalho é motivado pela vontade pessoal da abertura do restaurante denominado Semolina Cozinha, além da expectativa econômica por fazer parte de um negócio que está inserido em um contexto crescimento no mercado brasileiro.

Além disso, esse trabalho terá uma contribuição significativa ao âmbito científico da gastronomia, por existirem poucos planos de negócios realizados na área no Brasil, podendo assim ajudar outros estudantes ou profissionais da área que também desejem abrir seu próprio negócio.

## **1.1 OBJETIVOS**

### **1.1.1 OBJETIVO GERAL**

Realizar o estudo de intenção de consumo e viabilidade mercadológica e econômico-financeira de um restaurante italiano na cidade de João Pessoa.

### **1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Os objetivos específicos deste estudo, que irão, dentro do contexto, auxiliar no alcance do objetivo geral são os descritos abaixo:

- Aplicar questionário de pesquisa de mercado para definir a intenção de consumo;
- Elaborar a matriz estratégica FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças);
- Analisar a concorrência;

- Realizar o planejamento dos suprimentos;
- Realizar o planejamento da mão de obra;
- Levantar os investimentos, as receitas, os custos fixos e variáveis;
- Realizar o planejamento dos orçamentos operacionais;
- Realizar a avaliação do desempenho financeiro.

Este trabalho possui quatro capítulos: (1) Esta Introdução, a qual inclui Objetivos e Justificativa; (2) Metodologia, no qual são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a execução do trabalho; (3) Análise e Discussão dos Resultados, capítulo no qual é efetivamente apresentado o Plano de Negócios, o qual inclui a visão do negócio e debate todos os detalhes mercadológicos, operacionais e de planejamento da execução, bem como apresenta o estudo de viabilidade mercadológica e financeira de implementação do negócio na cidade de João Pessoa-PB; (4) as Conclusões. por fim, apresentam-se as referências e, no apêndice, o questionário da pesquisa de mercado.

## 2 METODOLOGIA

O estudo foi desenvolvido por meio de realização de uma pesquisa descritiva exploratória, dividida em três partes: (1) pesquisa bibliográfica; (2) pesquisa de mercado; e (3) pesquisa de itens para o plano financeiro.

A **pesquisa bibliográfica** foi realizada através da busca de artigos publicados em periódicos indexados nas bases de dados: SciELO, UNICAMP, Science Direct, dados da ABRASEL, e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, além de bibliografias encontradas da Biblioteca do CTDR da UFPB.

Os descritores utilizados para a pesquisa foram: plano de negócios, restaurantes, alimentação brasileira, culinária italiana. Excluíram-se os artigos que não tratavam especificamente do tema. Após a seleção das publicações, foi realizada a leitura e avaliação crítica para construção de discussão a respeito do tema tratado neste estudo.

De acordo com o SEBRAE (2020), para realizar um plano de negócios de uma empresa devem-se analisar fatores como Análise de Mercado, Qualidade e Custo-Benefício e Operacional e Financeiro.

A Análise de Mercado é uma ferramenta que ajuda o empreendedor a compreender a lógica do mercado no qual ele vai ser inserido. Para colocar em prática essa análise alguns aspectos devem ser levados em consideração, como o público-alvo que a empresa deseja atingir e também realizar uma pesquisa de mercado para entender quem são os seus possíveis clientes, além de ter conhecimento da sua concorrência e quais serão seus fornecedores (SEBRAE, 2020).

Já no quesito Qualidade e Custo-Benefício, refere-se a forma na qual a empresa vai se posicionar diante do mercado e seu público-alvo, definindo a estratégia de atuação em termos de preço e detalhamento dos produtos e serviços ofertados, bem como o detalhamento do público-alvo.

Por fim, os aspectos Operacional e Financeiro referem-se ao dimensionamento da capacidade instalada de produção e atendimento, bem como a definição da mão de obra necessária e das máquinas, móveis, equipamentos e utensílios projetados, os quais são a base para o cálculo do investimento inicial, do faturamento previsto e dos custos.

Além da pesquisa bibliográfica, foi realizada uma **Pesquisa de Mercado** com os possíveis clientes da Semolina Cozinha, para entender melhor qual o público-alvo da empresa e como este se comporta. Nessa pesquisa foram considerados alguns pontos que serão importantes para definir a forma como o empreendimento irá se posicionar, sendo

eles Renda, Hábito de comer fora, Hábito de pedir Delivery de restaurantes, Frequência de comer em restaurantes, Além de perguntas referentes a Custos e Benefícios que serão proporcionados pelo restaurante.

Além disso, um fator determinante analisado através da pesquisa de mercado foi a sua localização, pois com ela será possível definir qual será o nível socioeconômico dos futuros clientes e com isso será possível definir estratégias de preços e promoções do restaurante.

Já para a realização da Análise de Mercado referente aos concorrentes, foi feito um apanhado geral de informações encontradas online sobre as empresas atuantes em área afim à Semolina Cozinha na cidade de João Pessoa – PB. Além disso, também foi feita uma busca nos fornecedores da cidade para encontrar os produtos que serão disponibilizados no restaurante, levando em conta padrão de qualidade, preço e custo-benefício.

Através dos dados obtidos, foi possível preencher a ferramenta de análise estratégica denominada de “Análise *SWOT*”, a qual faz a avaliação do posicionamento da empresa e de sua capacidade de competição (SILVEIRA, 2013). A ferramenta “*SWOT*” tem por objetivo identificar os pontos fortes (“*strengths*”), pontos fracos (“*weakness*”), – fatores internos, bem como oportunidades (“*opportunities*”) e ameaças (“*threats*”) – os fatores externos. (SILVEIRA, 2013).

Foi utilizado o modelo de plano de negócios do SEBRAE Paraná, disponibilizado no formato de planilha eletrônica do *Microsoft Excel*, a qual além das orientações para preenchimento dos campos do plano de negócios já mencionados, permite fazer os cálculos e projeções que demonstram a viabilidade econômica e financeira da futura empresa.

Através desta planilha, foi analisada a capacidade operacional, a qual reflete no faturamento e nos indicadores financeiros da empresa, e com o levantamento dos investimentos iniciais, definição dos preços, cálculo dos custos fixos e variáveis, foi possível analisar a viabilidade financeira do futuro empreendimento, inclusive com a definição do valor de investimento inicial que deverá ser levantado pelos donos do empreendimento para o colocar em execução.

Todos os resultados foram trazidos da planilha para o relatório final da pesquisa, elaborado em documento eletrônico de edição de texto do *Microsoft Word* segundo as regras da Resolução de TCC do Departamento de Gastronomia da UFPB e as normas da ABNT.

### **3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A análise e discussão dos resultados foi estruturada nos tópicos presentes no modelo de Plano de Negócios do SEBRAE do Paraná, e está dividida em: (1) Sumário Executivo; (2) Análise de Mercado; (3) Plano de Marketing; (4) Avaliação Estratégica; (5) Plano Operacional; e (6) Plano Financeiro e de Viabilidade.

#### **3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Semolina Cozinha, será um restaurante de comida de origem italiana, porém com um toque brasileiro e com foco em uma comida de qualidade, bom custo-benefício e com ingredientes de ótima procedência.

Todos os pratos serão executados dentro da cozinha do empreendimento, evitando ao máximo o uso de ingredientes ultra processados ou pré-prontos, o que garantirá um maior nível de qualidade e saudabilidade dos pratos servidos no restaurante.

Além disso, um dos focos principais da Semolina Cozinha será prezar pelo aconchego e receptividade dentro da casa, criando um ambiente saudável entre os colaboradores e clientes.

##### **3.1.1 Estrutura Organizacional da Empresa**

A empresa será estruturada sob regime de sociedade limitada, composto por dois sócios, sendo responsáveis respectivamente pelas áreas de gestão administrativo-financeira e gestão operacional da empresa.

##### **3.1.2 Forma Jurídica**

A forma jurídica escolhida para a empresa será a Sociedade de Responsabilidade Limitada. Esta forma jurídica foi escolhida para a proteção dos sócios em relação à responsabilidade sobre os prejuízos advindos da atividade da sociedade, para que não ultrapasse os limites de suas participações.

O regime de tributação será o Simples Nacional, aplicável à Empresa de Pequeno Porte (EPP) com receita bruta anual prevista entre R\$ 360.000,00 e R\$ 4.800.000,00.

### **3.1.3 Missão, Visão e Valores da Semolina Cozinha**

**MISSÃO:** A Semolina Cozinha tem como missão oferecer produtos com qualidade, praticidade e que valoriza toda a cadeia de produção de alimentos por trás da elaboração de seus produtos.

**VISÃO:** Oferecer aos seus clientes uma experiência gastronômica de afeto, com qualidade e procedência de produtos.

**VALORES:** Valorização dos produtores dos alimentos, Honestidade com os consumidores e Comprometimento com as causas ambientais.

### **3.1.4 Fonte de Recursos**

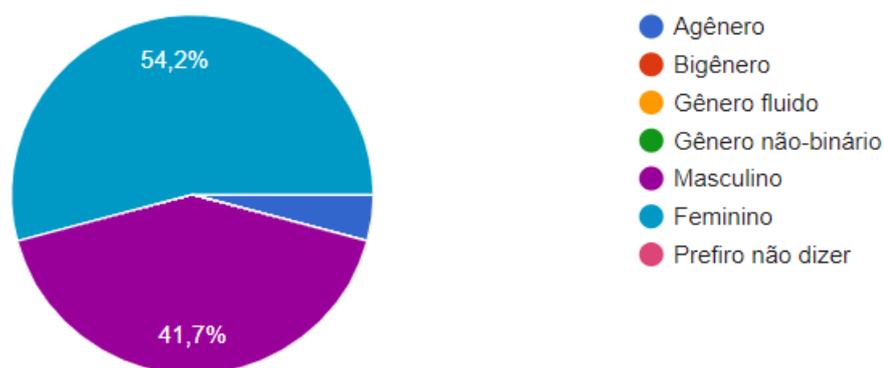
Os recursos necessários para que o plano de negócio possa ser colocado em prática será advindo através de 30% de capital próprio e 70% de capital de terceiros, por empréstimo realizado em alguma instituição financeira brasileira.

## **3.2 ANÁLISE DE MERCADO**

### **3.2.1 Pesquisa de Mercado**

A Pesquisa de Mercado foi realizada com o intuito de levantar dados de possíveis clientes da Semolina Cozinha na cidade de João Pessoa-PB. O formulário eletrônico criado através do *Google Forms* (apêndice 01) foi distribuído para pessoas conhecidas residentes da cidade em grupos de Whatsapp (amostra por conveniência) e alcançou 24 pessoas de diferentes classes. A seguir, será possível analisar os resultados obtidos através das respostas do questionário e serão utilizados gráficos da plataforma que o *Google Forms* disponibiliza ao fim da pesquisa.

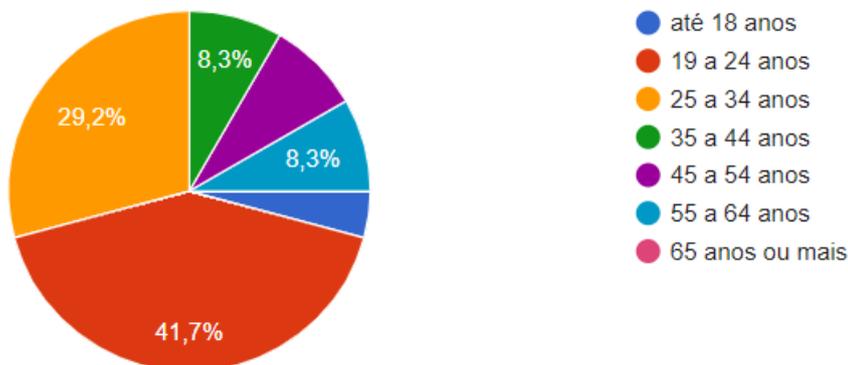
**Figura 1 – Gênero dos respondentes da Pesquisa de Mercado**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

A figura 1 representa o gênero que as pessoas respondentes se identificam, sendo elas 4,1% pessoas agênero, 41,7% pessoas que se identificam com o gênero masculino e 54,2% - sendo a maioria dos respondentes – correspondendo aos que se identificam com o gênero feminino. Esses dados deixam claro que o maior público-alvo da pesquisa coloca em foco o público do gênero feminino, colocando então mulheres com um maior poder de decisão ao consumir produtos de um restaurante com comida italiana.

**Figura 2 – Idade dos respondentes da Pesquisa de Mercado**

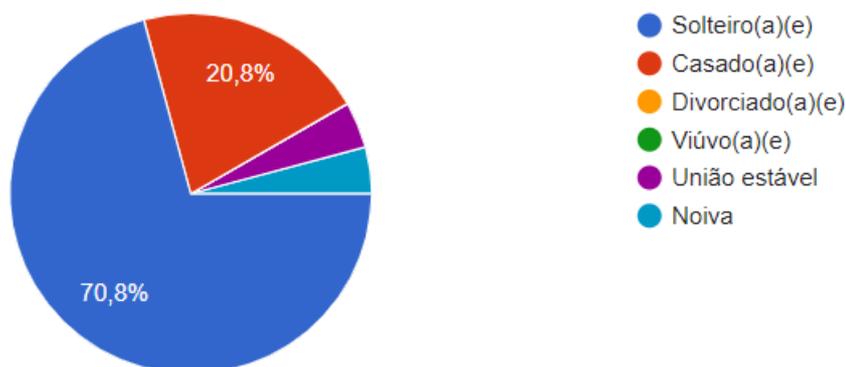


Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

Na figura 2, pode-se observar que o maior grupo de respondentes (41,7%) estão na faixa de 19 a 24 anos de idade. A seguir observa-se que a segunda faixa etária mais presente entre os respondentes é 25 a 34 anos (29,2%). Já com o percentual empatado identificamos as faixas de 35 a 44 anos, 45 a 54 anos e 55 a 64 anos. Sendo assim, a menor participação foi a faixa de menores que 18 anos, com apenas 4,2% dos respondentes. Nenhuma pessoa com 65 anos ou mais respondeu a pesquisa, então essa faixa etária foi desconsiderada no formulário.

Na análise geral pode-se observar que a maior parte do público é da faixa etária de 19 a 34 anos (70,9%) o que compõe um público alvo mais jovem, fazendo com que a linguagem utilizada na identidade visual da Semolina Cozinha seja feita focada nos interesses de pessoas nessa faixa de idade.

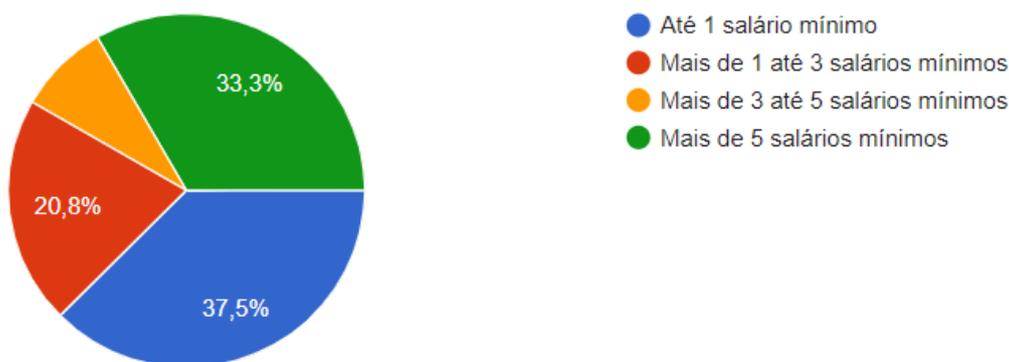
**Figura 3 – Estado Civil dos respondentes da Pesquisa de Mercado**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

Na figura 3, observa-se que a grande maioria dos respondentes (70,8%) são solteiros, sendo possível direcionar ações do restaurante para esse público, como happy hours e combos individuais.

**Figura 4 – Renda dos respondentes da Pesquisa de Mercado**

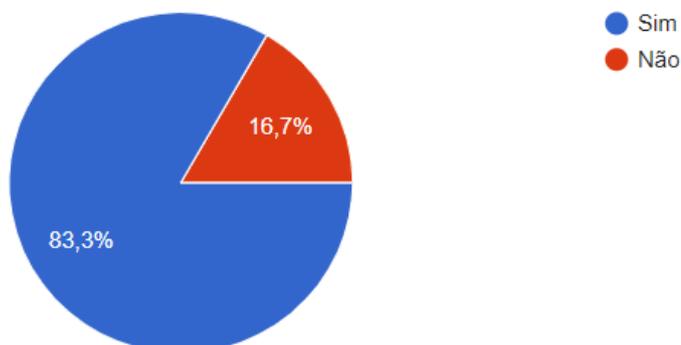


Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

Na figura 4, observa-se a renda mensal dos respondentes da pesquisa. É perceptível que os participantes da pesquisa fazem parte de diferentes classes sociais e rendas bem amplas, sendo o maior grupo (37,5%) ganhando até 1 salário mínimo, em seguida 33,5% possuem uma renda superior a 5 salários mínimos, logo após os que possuem de 1 a 3 salários mínimos (20,8%) e por fim os respondentes da faixa de 3 a 5 salários mínimos, que representam 8,4%.

Com esses dados é possível perceber que a maioria dos respondentes (62,5%) ganha mais do que um salário-mínimo.

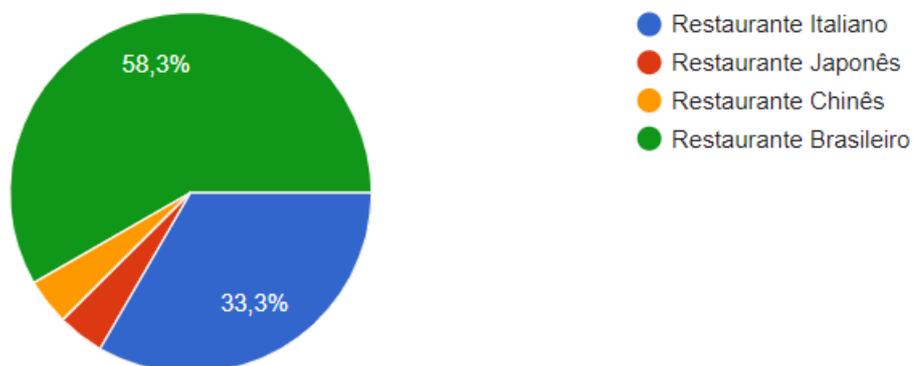
**Figura 5 – Hábito de sair para restaurantes dos respondentes da Pesquisa**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

A figura 5 representa a porcentagem de respondentes que tem o hábito de sair para restaurantes para fazer suas refeições, e conclui-se que cerca de 83,3% dessas pessoas possuem esse costume.

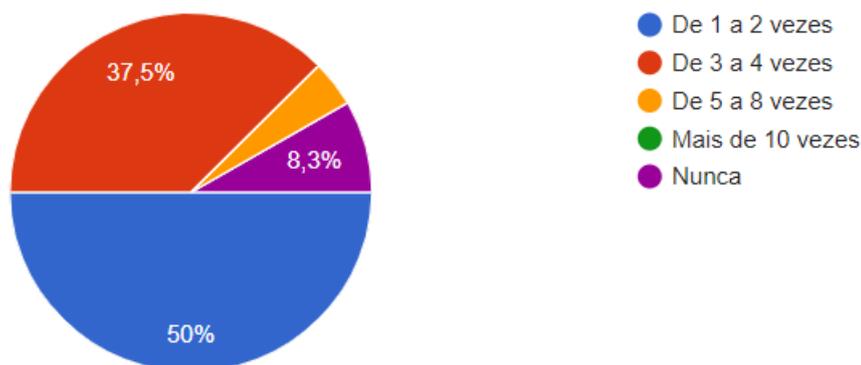
**Figura 6 – Tipo de restaurante que mais gosta dos respondentes da Pesquisa**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

Na figura 6 observa-se os tipos de restaurantes que os respondentes do formulário mais têm costume de visitar. Foi notado que a maioria deles (58,3%) tem preferência por restaurantes de comida brasileira, em seguida os que tem comida italiana como preferência (33,3%), já empatados em última colocação de preferência ficaram os restaurantes de comida Chinesa e Japonesa com 4,2% dos respondentes.

**Figura 7 – Frequência mensal de saída para restaurantes dos respondentes da Pesquisa**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

A figura 7 mostra a frequência mensal com que os respondentes da pesquisa têm costume de comer fora de casa. 50% deles comem em restaurantes de 1 a 2 vezes ao mês, 37,5% vão a restaurantes de 3 a 4 vezes, 8,3% nunca comem fora e 4,2 comem de 5 a 8 vezes ao mês fora de suas residências.

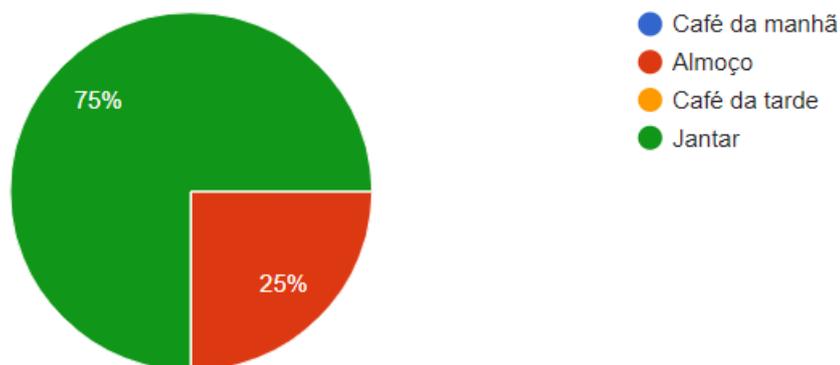
**Figura 8 – Prioridades ao procurar um restaurante dos respondentes da Pesquisa**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

Na figura 8 é possível observar algumas das prioridades que os respondentes da pesquisa procuram ao selecionar um restaurante para se alimentar. Observa-se que todos os itens foram selecionados por vários respondentes, porém os mais votados foram: Comida de qualidade (95,8%), Custo-benefício (79,2%), bom atendimento, ambiente aconchegante e porções bem servidas (os três com 75% cada) e boa localização (54,2%). Os demais tiveram menos de 50% de participação dos respondentes, então não foram considerados itens essenciais em um restaurante para o convencer a visitá-lo.

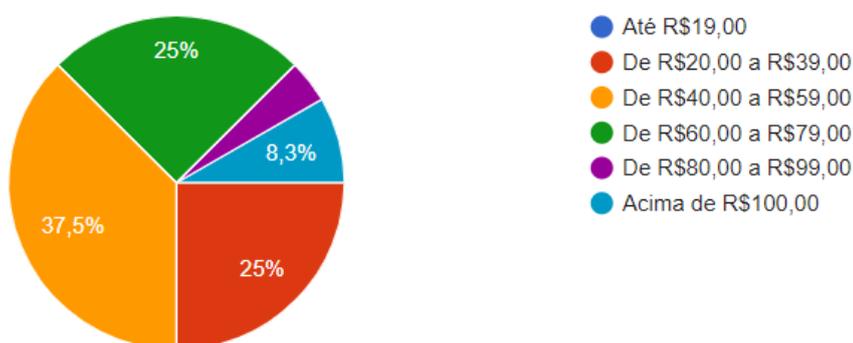
**Figura 9 – Refeição que mais faz fora de casa dos respondentes da Pesquisa**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

A figura 9 representa o período no qual os respondentes da pesquisa mais fazem suas refeições fora de casa e foi constatado que 75% deles preferem ir a um restaurante a noite para jantar e 25% deles optam por ir almoçar fora. Nenhum respondente demonstrou interesse pelas opções de Café da manhã ou Café da tarde.

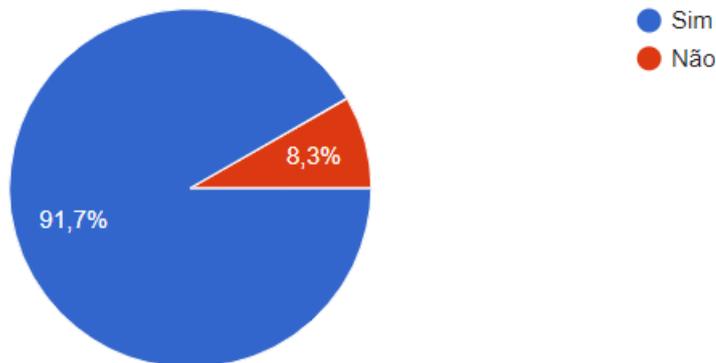
**Figura 10 – Valor disponível a pagar por prato dos respondentes da Pesquisa de Mercado**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

A figura 10 trata sobre o valor que os respondentes têm disponível para pagar em um prato ao se alimentar fora de casa. o maior grupo (37,5%) votou que estaria disposto a pagar de R\$40,00 a R\$59,00 em uma refeição, logo em seguida empatados em 25% os que estão dispostos a pagar tanto de R\$20,00 a R\$39,00 com de R\$60,00 a R\$79,00, seguido dos que pagariam acima de 100 reais (8,3%) e por fim os que estariam dispostos a pagar de R\$80,00 a R\$99,00 em uma refeição (4,2%). De forma geral, a maioria (62,5%) pagaria entre R\$ 40 e R\$ 79 em uma refeição.

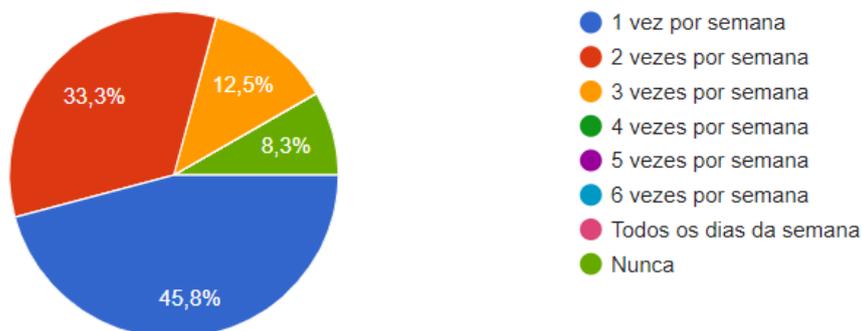
**Figura 11 – Utilização de delivery dos respondentes da Pesquisa de Mercado**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

A figura 11 mostra o interesse dos respondentes da pesquisa em pedir sua refeição pelo delivery de um restaurante, observa-se que 91,7% deles teriam sim interesse em ter seu pedido entregue em casa.

**Figura 12 – Frequência de pedido em delivery dos respondentes da Pesquisa**

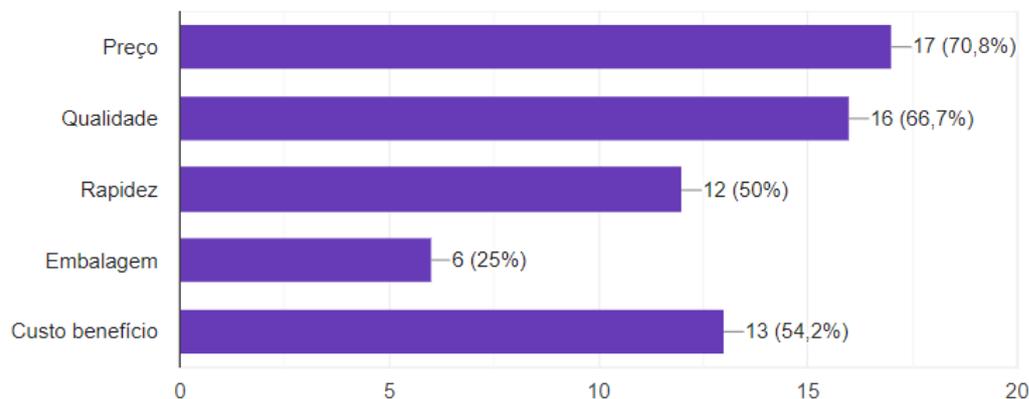


Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

A figura 12 mostra a frequência na qual os respondentes da pesquisa pedem comida pelo delivery. O resultado mostra que 45,8% das pessoas pedem comida 1 vez por semana, 33,3% delas pedem delivery 2 vezes por semana, 12,5% pedem 3 vezes na semana e 8,3% nunca pedem.

Já a figura 13 (abaixo) mostra quais as prioridades que os respondentes da pesquisa possuem na hora de pedir comida por delivery, e foi constatado que 70,8% deles prezam por um bom preço, 66,7% prezam pela qualidade da comida, 54,2% pelo custo-benefício, 50% pela rapidez e 25% pela embalagem da refeição.

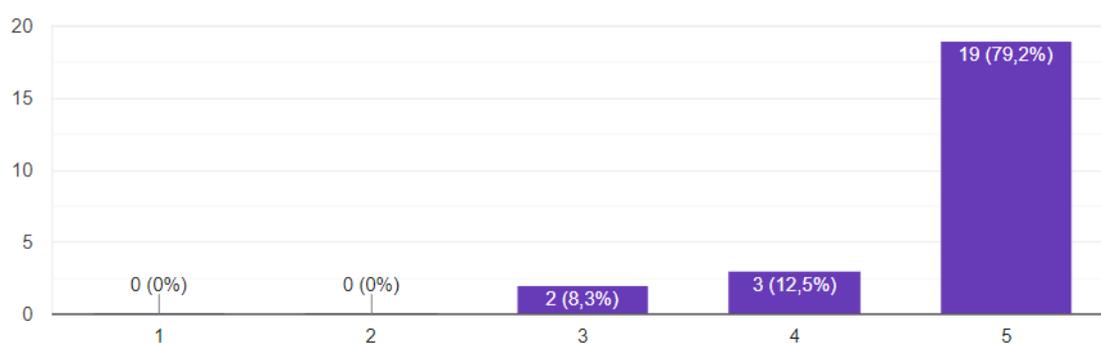
**Figura 13 – Prioridades ao pedir delivery dos respondentes da Pesquisa de Mercado**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

Por fim, a figura 14 mostra o nível de interesse dos respondentes em um novo restaurante italiano na cidade de João Pessoa. Ficou constatado que a maioria dos respondentes (79,2%) tem um nível de interesse de nível máximo, enquanto 12,5% deles têm nível 4 de interesse e 8,3% com nível 3 de interesse, em uma escala de 1 a 5, o que deixa claro que a maioria possui algum nível de interesse e se faz interessante a proposta de abertura da Semolina Cozinha.

**Figura 14 – Nível de interesse dos respondentes da Pesquisa de Mercado em um novo restaurante italiano em João Pessoa**



Fonte: Dados da Pesquisa – Google Forms®

Esta pesquisa de mercado serve como base para a definição de certos aspectos do perfil do cliente e do que este deseja, conforme a próxima seção, de estudo dos clientes, ainda dentro da análise de mercado.

### **3.2.2 Estudo dos Clientes**

#### **Perfil dos Consumidores**

O perfil de consumidores será de jovens e adultos entre 19 a 34 anos de idade, sendo eles principalmente solteiros, mas também casados, com ou sem filhos.

A posição profissional dos futuros clientes será de pessoas com a carreira definida e estabilidade financeira e com poder aquisitivo médio, a partir de 2 salários mínimos por mês. O local de residência da maioria desses clientes será João Pessoa, zona metropolitana, cidades vizinhas e até mesmo pessoas do interior do estado que estejam visitando a cidade.

#### **Comportamento de Consumo**

Os futuros clientes da Semolina Cozinha têm costume de se informar sobre esse tipo de produto através das redes sociais e/ou por indicação de amigos e familiares. O local onde mais costumam adquirir os produtos semiprontos para consumir em casa são em supermercados, empórios de alimentos e outros restaurantes italianos da cidade.

A importância atribuída a conveniência do restaurante é que além da possibilidade de se alimentar em um local acolhedor e confortável, os consumidores terão a opção de comprar alguns produtos para fazer o consumo em casa, promovendo maior comodidade e praticidade ao cliente na hora de fazer sua refeição em seu lar.

### **3.2.3 Estudo dos Fornecedores**

O fornecimento de insumos para o restaurante será advindo de diferentes localidades, principalmente de produtores locais da cidade de João Pessoa e região. As frutas e vegetais serão adquiridas de feiras orgânicas agroecológicas da cidade. As carnes de aves e ovos caipiras serão adquiridos de fazendas e sítios da região que tenham preocupação em relação à cadeia produtiva dos seus animais. Outros produtos que não sejam produzidos na cidade serão importados e comprados em atacado.

### 3.2.4 Estudo dos Concorrentes

A tabela 1, a seguir, faz a comparação entre alguns concorrentes do mesmo público-alvo da cidade de João Pessoa e tem por objetivo analisar os pontos fortes e fracos servidos por esses estabelecimentos para definir um nível de qualidade equilibrado.

**Tabela 1 – Estudo dos Concorrentes**

NOME	DIRETO/ INDIRETO	PRODUTOS/ SERVIÇOS	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Moenda Pães Artesanais	INDIRETO	Pães, antepastos, produtos de Viennoiserie	Qualidade dos insumos utilizados, tempo de mercado, público fidelizado	Não utilização de produtos orgânicos, não oferece serviço de restaurante.
Italiamao	INDIRETO	Massas artesanais, Molhos e Antepastos	Produtos artesanais e de qualidade e já são conhecidos no mercado	Preço não competitivo, não utilização de produtos orgânicos, não oferece serviço de restaurante.
Farina Artesanal	INDIRETO	Pães, antepastos, produtos de Viennoiserie	Qualidade dos insumos utilizados, tempo de mercado, público fidelizado	Preço não competitivo, não utilização de produtos orgânicos, não oferece serviço de restaurante.
Restaurante Famiglia Mucini	DIRETO	Comida típica italiana.	Tempo de mercado, referência, procedência.	Preço não competitivo, não utilização de produtos orgânicos.
Trattoria de Origem	DIRETO	Comida típica italiana.	Tempo de mercado, referência, procedência.	Preço não competitivo, não utilização de produtos orgânicos.

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

O que se percebe a partir da tabela 1 é que em nenhum caso está combinado simultaneamente preço competitivo à oferta do serviço de restaurante e da utilização de produtos orgânicos, sendo essa combinação o nosso diferencial.

### 3.3 PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing está dividido no detalhamento dos produtos e serviços e na definição da estratégia de preços e da estratégia de promoção e de comunicação.

### 3.3.1 Produtos e Serviços

A tabela a seguir tem por objetivo traçar a estratégia de produtos que serão oferecidos na Semolina Cozinha, comparando com a concorrência e definindo quais pontos serão iguais ou superiores aos demais restaurantes da cidade.

**Tabela 2 – Produtos e Serviços**

ESTRATÉGIA DE PRODUTO	Concorrência		
	Inferior	Igual	Superior
Valor ao Cliente			
Qualidade			X
Imagem		X	
Inovação		X	
Conveniência			X
Serviços		X	
Outros aspectos de valor ao cliente			X

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.3.2 Estratégia de Preços

A estratégia de preços adotada na Semolina Cozinha será a de médio valor, que é composta por alta qualidade de produtos e preço médio, entregando um valor de produto maior que seu preço. As condições de pagamento oferecidas pelos serviços serão por meio de dinheiro, cartões de crédito e débito, além de PIX. Os prazos de pagamentos serão apenas à vista, sem parcelamentos.

Os dados cadastrais para crédito não serão necessários por se tratar de serviço de restaurante, no qual o serviço/produto é entregue antes do ato do pagamento.

### 3.3.3 Estratégia de Comunicação e Promoção

As estratégias de promoção do restaurante serão feitas através de uma mistura entre meios tradicionais e modernos de comunicação. Serão feitas publicidades em redes sociais, anúncio em outdoor em pontos estratégicos da cidade, além da contratação de influenciadores gastronômicos locais para realizar a divulgação do empreendimento.

### 3.4 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A tabela 3 a seguir se trata da ferramenta “*SWOT*”, que tem por objetivo definir os pontos fortes e fracos do empreendimento, além de mostrar as oportunidades e ameaças em relação ao ambiente externo do negócio.

**Tabela 3 – Avaliação Estratégica – Matriz SWOT/FOFA**

AMBIENTE INTERNO	
FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preço competitivo</li> <li>• Equipe integrada e responsável</li> <li>• Variedade de produtos</li> <li>• Cozinha equipada adequadamente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempo de prateleira dos produtos</li> <li>• Produção em pequena escala</li> </ul>
AMBIENTE EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta do mercado gastronômico</li> <li>• Maior valorização da sociedade aos produtos orgânicos</li> <li>• Maior busca por produtos artesanais</li> <li>• Qualidade e preço dos insumos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crise econômica</li> <li>• Concorrência direta e indireta</li> <li>• Risco de contaminação durante o transporte</li> <li>• Fatores climáticos que afetam produção de insumos</li> </ul>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.5 PLANO OPERACIONAL

#### 3.5.1 Layout Físico

O Layout Físico da empresa é a maneira como pessoas, materiais e equipamentos estão dispostos em uma estação de trabalho. Seu objetivo é reduzir custos de operação e aumentar a produtividade e eficiência do restaurante (SEBRAE, 2020).

Na figura 15, a seguir, observa-se como será dividido o espaço operacional da Semolina Cozinha. A planta baixa está dividida em Salão com 53m<sup>2</sup>, 2 banheiros para uso dos clientes com 2,07m<sup>2</sup>, além de uma cozinha de produção com 18m<sup>2</sup>, banheiro para funcionários com 2,9m<sup>2</sup>, vestiário para funcionários com 3,5m<sup>2</sup> e a área de recebimento de insumos com 5m<sup>2</sup>.

O ambiente externo também será contemplado com mesas de serviço, contando com cerca de 6 mesas para atendimento, além das outras 4 mesas no ambiente interno do salão.

**Figura 15 – Layout Físico da Semolina Cozinha**



Fonte: Elaboração própria no site Planner5D.

### 3.5.2 Capacidade Produtiva

A capacidade máxima de produção será de 40kg de massas artesanais e 70kg de pães produzidos semanalmente. O volume de produção inicial será de 25kg de massas artesanais e 40kg de pães, dependendo da necessidade, podendo ser aumentado gradativamente.

Os estoques de matéria prima serão armazenados de acordo com o tipo de produto, em seus estoques específicos. A função compra de insumos será distribuída entre os sócios do restaurante, e a produção dos produtos à venda será feita pelos cozinheiros e auxiliares de cozinha. A venda de produtos será feita por um vendedor especializado e a faxina por empresa terceirizada.

## 3.6 ANÁLISE FINANCEIRA E DE VIABILIDADE

### 3.6.1 Investimentos Fixos

Para o estudo da viabilidade financeira, primeiro foi feito um levantamento de todos os itens que será necessário adquirir para garantir o pleno funcionamento do empreendimento.

**Tabela 4 – Investimentos Fixos para a implementação da Semolina Cozinha**

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CONSTRUCÕES – Reforma e Pintura</b>	<b>10.000,00</b>
<b>MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS</b>	<b>30.276,00</b>
01 Fogão industrial e 01 Forno industrial	4.630,00
01 Coifa	1.990,00
02 Geladeiras	7.000,00
01 Freezer vertical	3.440,00
01 Freezer horizontal	2.700,00
01 Masseur 5kg	5.600,00
02 Ar-condicionados 18000 BTUs	3.860,00
01 Processador de alimentos	200,00
01 Liquidificador industrial	386,00
01 Cilindro automático	470,00
<b>MÓVEIS E UTENSÍLIOS</b>	<b>15.069,00</b>
01 Bancada de inox	1.200,00
10 Mesas de madeira	1.480,00
40 Cadeiras dobráveis	4.000,00
15 Panelas	2.100,00
72 Copos americanos	399,00
5 Jogos de talheres com 48 peças	995,00
40 Jogos americanos	488,00
12 Jogo de pratos 20 peças	3.588,00
6 Jogos de taças com 8 unidades	419,00
Utensílios de cozinha e de salão	400,00
<b>COMPUTADORES</b>	<b>2.627,00</b>
Notebook	1.800,00
Material de escritório	200,00
Impressora	200,00
Caixa registradora	229,00
Maquineta de cartão	198,00
<b>OUTROS – Identidade Visual</b>	<b>1.500,00</b>
<b>TOTAL DO INVESTIMENTO FIXO (R\$)</b>	<b>59.472,00</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

A tabela acima elenca todos os investimentos fixos que serão realizados no restaurante. Nessa tabela é possível observar gastos com reformas do ponto que será locado para a instalação do restaurante, assim como máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e computadores que serão essenciais para o funcionamento do estabelecimento.

### 3.6.2 Prazos e Estoques

A tabela 5, a seguir, trata dos prazos e estoques de mercadoria presente dentro do restaurante. Foi definido que 70% das vendas serão feitas a prazo (cartão de crédito) e 30% será à vista (débito, dinheiro ou Pix). Já para as compras foi definido que 50% das mercadorias serão adquiridas à vista e 50% serão adquiridas com até 20 dias de prazo. As mercadorias à vista se trata de produtos frescos, in natura, que estragam mais rapidamente e precisam de reposição semanal. Já as mercadorias compradas à prazo são produtos menos perecíveis, que serão adquiridos de forma mensal em atacado.

**Tabela 5 – Tabela de Prazos e Estoques**

<b>POLÍTICA DE VENDA</b>		
<b>Prazo médio de venda das mercadorias</b>	<b>%</b>	<b>Dias</b>
Venda à Vista	30,00	-
Venda a Prazo	70,00	15
<b>Prazo Médio de Recebimento de Vendas</b>		<b>11</b>
<b>POLÍTICA DE COMPRA</b>		
<b>Prazo médio de compras</b>	<b>%</b>	<b>Dias</b>
À Vista	50,00	-
A Prazo	50,00	20
<b>Prazo Médio de Pagamento de Compras</b>		<b>10</b>
<b>POLÍTICA DE ESTOQUE</b>		
Necessidade média de estoques	6	dias
Valor do Estoque Inicial	R\$ 4.500,00	

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

Por se tratar de um restaurante no qual os produtos têm alta rotatividade, a política de estoque será de 6 dias, levando em conta o estoque de produtos perecíveis que serão adquiridos todas as semanas.

### 3.6.3 Estimativa de Faturamento Mensal

A tabela 6 (a seguir) demonstra o faturamento mensal projetado da Semolina Cozinha. Foram elencados todos os produtos que serão vendidos no estabelecimento, assim como seu custo, quantidade de vendas, e preço de venda unitário.

**Tabela 6 – Estimativa de Faturamento Mensal**

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Qtde. Vendida	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unit.	Faturamento
Bruschettas	90	5,30	477,00	14,00	1.260,00
Arancini	80	8,00	640,00	21,00	1.680,00
Salada caprese	70	8,50	595,00	22,00	1.540,00
Lasanha de frango	550	12,50	6.875,00	32,00	17.600,00
Lasanha à bolonhesa	550	15,00	8.250,00	39,00	21.450,00
Lasanha 4 queijos	550	14,00	7.700,00	36,00	19.800,00
Spaguetti à carbonara	550	10,00	5.500,00	26,00	14.300,00
Massa com polpetones	550	15,00	8.250,00	39,00	21.450,00
Massa ao pesto	550	10,00	5.500,00	26,00	14.300,00
Fettuccini ao limão com	550	15,00	8.250,00	39,00	21.450,00
Panna cotta de limão	200	5,00	1.000,00	13,50	2.700,00
Tiramisú	300	6,50	1.950,00	17,00	5.100,00
Petit gateau	350	5,00	1.750,00	13,50	4.725,00
Refrigerantes	1.200	1,79	2.148,00	4,00	4.800,00
Vinho (taça)	450	6,00	2.700,00	14,00	6.300,00
Drinks	600	4,50	2.700,00	10,00	6.000,00
Água sem ou com gás	1.000	1,15	1.150,00	4,00	4.000,00
<b>Custo de Mercadorias Vendidas</b>		<b>65.435,00</b>	<b>Faturamento Mensal</b>		<b>168.455,00</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

Foi levado em consideração que o restaurante ficará aberto 24 dias ao mês e o horário de funcionamento ao público será na parte da manhã das 11:30h a 15:30h. A projeção é que as 10 mesas com 40 cadeiras disponíveis no restaurante rodem 4 vezes por dia possibilitando a venda de no mínimo 160 pratos por dia que poderá gerar um faturamento de até R\$168.455,00 mensais.

### 3.6.4 Custos de Mão de Obra e Pró-Labore

A tabela a seguir elenca os custos de mão de obra que o restaurante terá. Nele é possível observar todos os cargos que deverão ser preenchidos para o pleno funcionamento do estabelecimento

A Semolina Cozinha contará com 1 cozinheiro, 2 auxiliares de cozinhas, 1 funcionário de serviços gerais, 2 garçons, além de 1 funcionário para fazer o serviço de caixa. Além disso, o proprietário do restaurante terá uma retirada de pró-labore.

Os valores determinados no salário dos funcionários é o valor médio definido pelo piso salarial vigente do sindicato dos trabalhadores, além de ter como base os encargos do simples nacional.

**Tabela 7 – Custos de Mão de Obra e Pró-Labore da Semolina Cozinha**

Cargo/Função	Nº func.	Salário	Encargos (%)	Encargos (R\$)	Total (R\$)
Cozinheiro	1	1.424,00	37,54%	534,57	1.958,57
Auxiliar de Cozinha	2	1.227,00	37,54%	460,62	3.375,23
Serviços Gerais	1	1.233,00	37,54%	462,87	1.695,87
Garçom	2	1.314,00	37,54%	493,28	3.614,55
Caixa	1	1.314,00	37,54%	493,28	1.807,28
Pró-labore	1	3.500,00	11%	385,00	3.885,00
<b>TOTAL</b>					<b>16.336,50</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.5 Custos Fixos

A tabela a seguir faz um compilado de todos os custos fixos mensais da Semolina Cozinha, tanto mão de obra, como retirada dos sócios e contas essenciais para o funcionamento do restaurante.

**Tabela 8 – Custos Fixos da Semolina Cozinha**

<b>Discriminação</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Mão-de-Obra + Encargos	12.451,50
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	3.885,00
Água	140,00
Luz	1.250,00
Telefone	100,00
Contador	1.100,00
Despesas com Veículos	300,00
Material de Expediente e Consumo	200,00
Aluguel	2.000,00
Seguros	1.000,00
Propaganda e Publicidade	800,00
Depreciação Mensal	454,99
<b>TOTAL</b>	<b>23.681,49</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.6 Tributação

Baseado na previsão do faturamento da Semolina Cozinha, foi determinado que o regime tributário será o Simples Nacional. De acordo com a Classificação Nacional de Atividades Empresariais (CNAE), os serviços de alimentos e bebidas seriam permitidos no formato de MEI (Microempreendedor Individual), mas como o faturamento mensal estimado ultrapassa o faturamento anual permitido para o MEI (R\$ 81.000 por ano), então a empresa optou pelo Regime do Simples Nacional, sendo sua atividade também permitida nesse regime, diminuindo a carga tributária aplicada na empresa.

**Tabela 9 – Custos de Tributação da Semolina Cozinha**

<b>IMPOSTOS</b>	<b>SIMPLES (R\$)</b>
IR - Imposto de Renda	
CSLL - Contribuição Social	
COFINS - Contribuição Financeira Social	
PIS - Programa de Integração Social	23.982,80
IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados	
ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços	
ISS - Imposto sobre Serviços	
<b>TOTAL DE IMPOSTOS</b>	<b>23.982,80</b>
<b>RELAÇÃO PERCENTUAL DE IMPOSTOS</b>	<b>14,24%</b>
Total de Encargos - FGTS	724,24
<b>TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO</b>	<b>24.707,04</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.7 Comissões e Outros Custos Variáveis

A tabela a seguir mostra os custos que o restaurante terá com maquineta de cartão, tanto de crédito quanto de débito, além de trabalhar com uma margem de 1,5% de inadimplência de possíveis clientes que deixem de pagar algum serviço por qualquer motivo que seja.

**Tabela 10 – Comissões e Outros Custos Variáveis da Semolina Cozinha**

<b>Descrição</b>	<b>% do Faturamento</b>	<b>% da Comissão</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Taxa da maquineta do cartão de crédito	70,0%	2,5%	2.947,96
Taxa da maquineta do cartão de débito	30,0%	1,5%	758,05
<b>TOTAL</b>			<b>3.706,01</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.8 Investimento Total e Financiamento

Com base no faturamento, nos custos fixos e variáveis e na definição dos prazos e dos estoques, foi definido que o investimento em Capital de Giro é de R\$ 43.798,30. Somando este valor ao do investimento fixo, totaliza o investimento de R\$ 107.770,30.

Deste total, R\$ 17.770,30 será investido com capital próprio dos sócios, e o valor a ser financiado para viabilizar a instalação da Semolina Cozinha será de R\$90.000,00, o que corresponde cerca de 70% do valor de investimento inicial. Os juros serão de 1,19% ao mês, já considerando os 6 meses de carência (prazo mínimo para começar a pagar as parcelas do financiamento) e o prazo de 60 (sessenta) meses.

**Tabela 11 – Custos de Financiamento da Semolina Cozinha**

Valor a Financiar	R\$ 90.000,00
Carência	6 meses
Prazo (Incluso a carência)	60 meses
Juros	1,19% ao mês
IOF	R\$ 1.350,00 (incluso no financiamento)
<b>Parcela</b>	<b>R\$ 2.302,72</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.9 Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE)

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) da Semolina Cozinha se apresenta de forma muito positiva, com um resultado líquido financeiro de R\$46.820,15, o que representa 27,79% do total da receita mensal. Caso o desempenho do restaurante se mantenha nessa média, o rendimento líquido total anual seria de R\$561.841,8.

Do montante total da receita, a previsão é que de 30% desse valor seja pago à vista e 70% à prazo, considerando pagamentos via cartão de crédito. Os custos variáveis totais representam 56,78% da receita, já os custos fixos 14,06%. O financiamento terá um alto valor mensal, porém não será um grande problema visto que só representará 1,37% da receita. É possível verificar todos os resultados na tabela 12, a seguir.

**Tabela 12 – Demonstrativo de Resultado do Exercício da Semolina Cozinha**

DISCRIMINAÇÃO		VALOR (R\$)	%
<b>1. Receita Total</b>		<b>168.455,00</b>	<b>100,00%</b>
Vendas (à vista)		50.536,50	30,00%
Vendas (a prazo)		117.918,50	70,00%
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>		<b>95.650,64</b>	<b>56,78%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)		65.435,00	38,84%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)		23.982,80	14,24%
Previsão de Inadimplência	1,50%	2.526,83	1,50%
Cartões de Crédito e Débito		3.706,01	2,20%
<b>3. Margem de Contribuição</b>		<b>72.804,37</b>	<b>43,22%</b>
<b>4. Custos Fixos Totais</b>		<b>23.681,49</b>	<b>14,06%</b>
Mão-de-Obra + Encargos		12.451,50	7,39%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)		3.885,00	2,31%
Água		140,00	0,08%
Luz		1.250,00	0,74%
Telefone		100,00	0,06%
Contador		1.100,00	0,65%
Despesas com Veículos		300,00	0,18%
Material de Expediente e Consumo		200,00	0,12%
Aluguel		2.000,00	1,19%
Seguros		1.000,00	0,59%
Propaganda e Publicidade		800,00	0,47%
Depreciação Mensal		454,99	0,27%
<b>5. Resultado Operacional</b>		<b>49.122,88</b>	<b>29,16%</b>
<b>6. Investimentos</b>		<b>2.302,72</b>	<b>1,37%</b>
Financiamento		2.302,72	1,37%
<b>7. Imposto Renda Pessoa Jurídica e Contribuição Social</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>		<b>46.820,15</b>	<b>27,79%</b>

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.10 Sazonalidade

A sazonalidade significa a porcentagem de clientela que o restaurante receberá em cada mês em relação à ocupação total, sendo afetada por eventos, festividades de fim de ano, férias, dentre outros. Já o estágio de crescimento de atividade se trata do quanto o restaurante irá crescer conforme o negócio começar a se estruturar e ser conhecido.

A respeito do estágio de crescimento de atividade da Semolina Cozinha, prevê-se que os 3 primeiros meses de abertura atrairão 50% da capacidade total de clientes. Já no 4º e 5º mês é provável que a quantidade de clientela aumente para 60%. Já no 6º e 7º mês é provável que esse número suba para 70%, seguido do 8º e 9º mês com 80%, 10º e 11º com 90% e por fim o 12º mês que fechará o ciclo anual de abertura do restaurante tendo sua capacidade máxima de clientes ocupando as cadeiras.

Sobre a sazonalidade, é preciso levar em conta que João Pessoa – a cidade que a Semolina Cozinha será instalada – é uma cidade turística, então prevê-se que apenas os meses de dezembro, janeiro, junho e julho tenham a capacidade máxima do restaurante ocupada, por receber uma grande quantidade de turistas na cidade.

### 3.6.11 Indicadores de Viabilidade

#### 3.6.11.1 Resumo Financeiro

Na tabela 13 é possível observar todo o resultado de indicadores financeiros da Semolina Cozinha. Com uma estimativa de faturamento de R\$168.455,00 mensais fica nítida a viabilidade da abertura da Semolina Cozinha.

**Tabela 13 – Indicadores Financeiros da Semolina Cozinha**

<b>Investimento</b>	63.972,00	<b>Faturamento</b>	168.455,00	100,00%
<b>Capital de Giro</b>	43.798,30	<b>Custos Variáveis</b>	95.650,64	56,78%
<b>Total</b>	107.770,30	<b>Custos Fixos</b>	23.681,49	14,06%
		<b>Resultado Operacional</b>	49.122,88	29,16%
<b>Financiamento</b>	90.000,00	<b>Investimentos</b>	2.302,72	1,37%
<b>Capital Próprio</b>	17.770,30	<b>Resultado</b>	46.820,15	27,79%

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.11.2 Ponto de Equilíbrio

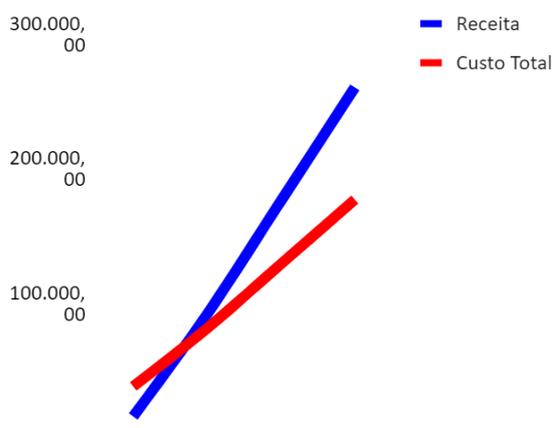
A tabela 14, a seguir, e a figura 16 (logo abaixo) mostra o ponto de equilíbrio do empreendimento, sendo assim, será necessário um faturamento de R\$2.191,77 por dia para garantir o pagamento de todos os custos mensais do restaurante.

**Tabela 14 – Ponto de Equilíbrio Operacional**

Periodicidade	Valor (R\$)
Mensal	R\$ 54.794,31
Diário	R\$ 2.191,77

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

**Figura 16 – Ponto de Equilíbrio Operacional**



Fonte: Modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

### 3.6.11.3 Lucratividade

A lucratividade da Semolina Cozinha será de 19,42%. O prazo de retorno do investimento está previsto para 10 meses após a sua abertura. E por fim, terá um Valor Presente Líquido de R\$605.434,72 e uma Taxa Interna de Retorno de 194,11%, bem maior do que a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 20% ao ano, a qual foi escolhida por contemplar a inflação e a Taxa Selic a níveis de 2021.

**Tabela 15 – Lucratividade da Semolina Cozinha**

<b>Lucratividade</b>	
Média Mensal	19,42%
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Resultado Operacional	9 meses
Resultado Final	10 meses
<b>Taxas de Retorno</b>	
<b>TMA</b> - Taxa Mínima de Atratividade	20,00% ao ano
<b>TIR</b> - Taxa Interna de Retorno	194,11% ao ano
<b>VPL</b> - Valor Presente Líquido	R\$ 605.434,72

Fonte: Elaboração Própria com o modelo da Planilha de Plano de Negócios do Sebrae PR

Com base nestes resultados, é possível afirmar que a implantação da Semolina Cozinha na cidade de João Pessoa – PB é mercadologicamente e financeiramente viável, sendo a principal dificuldade a obtenção do valor completo para a execução do investimento inicial.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Semolina Cozinha será um restaurante de cozinha italiana situado na cidade de João Pessoa-PB que terá a proposta de trazer uma comida confortável e caseira.

Através dos pontos de ação desse projeto, será possível desenvolver detalhadamente o passo a passo a ser seguido para planejar e avaliar melhor os pontos positivos e negativos da empresa em questão.

Além disso, foi feita uma pesquisa de mercado completa e uma pesquisa adequada dos itens de investimento, para viabilizar a captação de recursos financeiros para a abertura do restaurante. Nesse plano de negócios foram levados em conta vários fatores necessários de análise sendo eles: Sumário Executivo, Análise de Mercado, Plano de Marketing, Avaliação Estratégica, Plano Operacional e Plano Financeiro.

Pode-se concluir então que desenvolver um plano de negócios para uma empresa ajuda os futuros donos do negócio, porque aumenta o campo de visão e entendimento sobre a empresa que logo será aberta e quais objetivos, focos e análises devem ser colocados em questão para o máximo sucesso no empreendimento.

Por fim, através da pesquisa realizada, conclui-se pela viabilidade da implantação da Semolina Cozinha na cidade de João Pessoa – PB.

## REFERÊNCIAS

BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. **A Fisiologia do Gosto**. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

DÓRIA, Carlos ALBERTO. **Herança metropolitana. Formação da Culinária Brasileira**. 1. Ed. 2. Reimp. São Paulo: TRÊS ESTRELAS, 2014.

FREIXA, Dolores. CHAVES, Gutta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. 2. Ed. 3 reimp. Rio de Janeiro: SENAC, 2013.

ORLANDI, Ana Paula. A história da culinária a partir do ponto de vista do colonizador: entrevista ao sociólogo Carlos Alberto Dória. Goethe-Institut Brasilien. Dez. 2016. Disponível em: <<https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/fok/kui/20878300.html>>. Acesso em: 16/06/2021.

SANTOS, P. V. S.; PINHEIRO, F. A. **O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso**. Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção, v. 5, n. 8, p. 150-165, 2017.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**, 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio.37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 16/06/2021.

SEBRAE. **Bares e restaurantes: um setor em expansão**, 2013. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-em-expansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 16/06/2021.

SILVEIRA, Henrique Flávio Rodrigues da. **Análise SWOT**. Repositório das apresentações e palestras nos Encontros Nacionais de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação. BENANCIB, 2013.

## APÊNDICE

Questionário da Pesquisa de Mercado

Disponível em: <https://forms.gle/GiP6NtjWBACnughs6>