



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

JOÃO VICENTE TEODORO CARNEIRO

**MUMBABA BISTRÔ: PLANO DE NEGÓCIO DE UM RESTAURANTE NO ESTILO
BISTRÔ EM JOÃO PESSOA.**

JOÃO PESSOA

2023

JOÃO VICENTE TEODORO CARNEIRO

**MUMBABA BISTRÔ: PLANO DE NEGÓCIO DE UM RESTAURANTE NO ESTILO
BISTRÔ EM JOÃO PESSOA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a conclusão do curso.

Orientadora: Profa. Dra. Valéria Saturnino

JOÃO PESSOA

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C289m Carneiro, Joao Vicente Teodoro.

Mumbaba bistrô: plano de negócio para abertura para
abertura de um restaurante estilo bistrô em João Pessoa
/ Joao Vicente Teodoro Carneiro. - João Pessoa, 2023.
48 f. : il.

Orientação: Valéria Louise de Araújo Maranhão
Saturnino Silva.

TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Plano de negócios. 2. Bistrô. 3. Restaurante. 4.
João Pessoa. I. Silva, Valéria Louise de Araújo
Maranhão Saturnino. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 640.432:657.31(813.3)

JOÃO VICENTE TEODORO CARNEIRO

**MUMBABA BISTRÔ: PLANO DE NEGÓCIO DE UM RESTAURANTE NO
ESTILO BISTRÔ EM JOÃO PESSOA.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

RESULTADO: ____Aprovado com Correções____ NOTA: ____9,67____

João Pessoa, 12 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino da Silva
Orientadora (UFPB)



Profa. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães
1ª Examinadora (UFPB)



Prof. Msc. Rogério Paodjuenas
2º Examinador (UFPB)

AGRADECIMENTOS

Não se vence uma guerra sozinho, mais importante que a própria guerra é quem está ao teu lado nas trincheiras. Sou eternamente grato por ter ao meu lado a melhor companheira do mundo, muito obrigado Livia Maria, seu incentivo e carinho foram fundamentais.

Agradeço a Deus pelo privilégio de viver nesse mundo e por me dar forças nos dias em que precisei. Aos meus pais Antônio e Pureza por me apoiarem nesse sonho que hoje é realidade. Ao meu filho Gabriel que sempre vibrou com minhas conquistas. Meus amigos do Sul que se alegraram por eu ter traçado uma linda história mesmo distante.

Sou imensamente grato aos amigos que conquistei na universidade e a todos os docentes que fizeram parte do meu processo de evolutivo, em especial a professora Valéria Saturnino, que com sua paixão pela docência não mediu esforços para me orientar da melhor maneira possível.

Por fim, agradeço a todos que de certa forma me ajudaram a chegar até aqui, muito obrigado.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Respostas dos entrevistados acerca de qual região de João Pessoa reside	20
Figura 2 – Respostas dos entrevistados em relação à faixa etária	20
Figura 3 – Respostas sobre o grau de escolaridade dos entrevistados	21
Figura 4 – Resposta da pesquisa sobre interesse por novas experiências gastronômicas.....	21
Figura 5 – Respostas dos entrevistados sobre os quesitos mais relevantes durante uma refeição fora do lar.....	22
Figura 6 – Respostas dos entrevistados sobre o que seria um bistrô.....	22
Figura 7 – Respostas dos entrevistados referentes ao tipo de bebida preferida.....	23
Figura 8 – Respostas dos entrevistados sobre ter o costume de apreciar uma sobremesa após a refeição principal.	23
Figura 9 – Respostas sobre o valor monetário que os entrevistados estariam dispostos a pagar por um menu completo.	24
Figura 10 – Respostas dos entrevistados relatando ou não terem visitado algum bistrô.....	24
Figura 11 – Respostas dos entrevistados quando perguntado qual tipo de comida esperam encontrar em um bistrô.	25
Figura 12 – Respostas dos entrevistados sobre outras características esperam encontrar em um bistrô.	25
Figura 13 – Resposta dos entrevistados em relação à frequência que saem para uma refeição fora do lar.....	26
Figura 14 – Respostas dos entrevistados quando perguntado sobre o tempo de espera máximo por um prato.....	26
Figura 15 – Respostas dos entrevistados sobre seu tempo médio de permanência em um estabelecimento.....	27
Figura 16 – Respostas dos entrevistados sobre o tipo de atendimento que preferem ao chegar a um local para alimentação.	27
Figura 17 – Logomarca do Empreendimento.....	32
Figura 18–Layout e Arranjo do Mumbaba Bistrô	34
Figura 19–Representação da sazonalidade para a abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)	45

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados dos Empreendedores	16
Quadro 2 – Persona de Marketing.....	19
Quadro 3 – Persona de Marketing.....	19
Quadro 4– Análise dos Concorrentes (Bancários e Proximidades)	28
Quadro 5– Lista de Fornecedores.....	29
Quadro 6– Análise SWOT ou Matriz FOFA	29

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Investimentos Fixos para a abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB).....	36
Tabela 2 – Prazos para recebimentos, compras e estoques para abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB)	37
Tabela 3 – Estimativa de Faturamento e Custos Mensais para abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB)	38
Tabela 4 – Estimativa de Custo e Faturamento por Produto para Abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB)	38
Tabela 5 – Estimativa custos referentes à mão-de-obra e retirada de pró-labora para abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)	40
Tabela 6 – Estimativa de custos fixos operacionais para abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)	41
Tabela 7 – Estimativa de impostos e encargos para abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)	42
Tabela 8 – Estimativa de financiamento para abertura de um bistrô em João Pessoa (PB).....	42
Tabela 9 – Estimativa de comissões.....	43
Tabela 10 – Estimativa do demonstrativo do resultado do exercício.....	43
Tabela 11 – Estimativa dos indicadores financeiros para a abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)	45
Tabela 12 – Estimativa do ponto de equilíbrio operacional e financeiro.....	46
Tabela 13 – Indicadores de viabilidade para a abertura de um bistrô em João Pessoa (PB) ...	46

SUMÁRIO

RESUMO	11
1. INTRODUÇÃO	12
2. OBJETIVOS	13
2.1. Objetivo Geral.....	13
2.2. Objetivos Específicos	13
3. METODOLOGIA	14
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	15
4.1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	15
4.1.1. Resumo.....	15
4.1.2. Dados dos empreendedores.....	15
4.1.3. Missão da empresa	16
4.1.4. Setores de Atividades.....	16
4.1.5. Forma Jurídica.....	16
4.1.6. Enquadramento tributário	17
4.2. ANÁLISE DE MERCADO	17
4.2.1. Identificação das necessidades de mercado	17
4.2.2. Segmentação de mercado.....	18
4.2.3. Perfil dos Consumidores	19
4.2.4. Resultados da Pesquisa de Mercado	20
4.2.5. Análise dos Concorrentes.....	27
4.2.6. Lista de Fornecedores	28
4.3. Avaliação Estratégica	29
4.4. Plano de Marketing	30
4.4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente	30
4.4.2 Estratégia de preço	31
4.4.3 Estratégia de Promoção.....	31
4.4.4. Estratégia de Distribuição	33

4.4.5. Força de vendas.....	33
4.4.6. Localização do negócio.....	34
4.5. Plano Operacional	34
4.5.1. Layout ou arranjo físico	34
4.5.2. Capacidade Produtiva	35
4.5.3. Processos Operacionais.....	35
4.5.4. Necessidades de Pessoal	35
4.5.5. Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento	35
4.6. Plano Financeiro	36
4.6.1. Investimentos Fixos	36
4.6.2 Prazos e Estoques.....	37
4.6.3 Faturamento Mensal, Descrição dos Produtos e Custos	37
4.6.4 Custos de mão de obra e pró-labore.....	40
4.6.5. Custos fixos mensais.....	41
4.6.6. Cálculo dos tributos	41
4.6.7. Financiamento.....	42
4.6.8. Comissões	43
4.6.9. Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE).....	43
4.6.10. Sazonalidade	44
4.6.11. Indicadores e Viabilidade.....	45
4.6.12. Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro	46
4.6.13. Resumo dos indicadores de viabilidade	46
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
6. REFERÊNCIAS	48

RESUMO

O presente trabalho foi delineado nos moldes de um plano de negócios, no qual foi analisada a viabilidade econômico-financeira para a abertura do empreendimento Mumbaba Bistrô, um estabelecimento diferenciado que trará todo aconchego e qualidade de um legítimo bistrô para a cidade de João Pessoa (PB). Foram estimados os investimentos fixos, assim como custos fixos e variáveis, bem como a receita baseada em um dos modelos de cardápio que será ofertado no restaurante. Com base nos dados da pesquisa realizada foram identificados interesses específicos relacionado ao tipo de serviço que será ofertado. Através de pesquisas mercadológicas e resultados obtidos com o preenchimento da planilha financeira do SEBRAE-PR (2018), foram identificados pontos que evidenciam a viabilidade do investimento, tais como sua lucratividade mensal de R\$ 12.474,49, indicadores de viabilidade econômica positivos e diante dos dados obtidos na pesquisa.

Palavras-chave: plano de negócios; bistrô; restaurante; João Pessoa.

ABSTRACT

The present work was outlined along the lines of a business plan, in which the economic and financial feasibility was generated for the opening of the Mumbaba Bistrô venture, a differentiating establishment that brought all the warmth and quality of a legitimate bistro to the city of João Pessoa (PB). These were fixed investments, as well as fixed and variable costs, as well as revenue based on one of the menu models that will be offered at the estimated restaurant. Based on the survey data, specific interests related to the type of service to be offered were identified. Through market research and results obtained by completing the financial spreadsheet SEBRAE-PR (2018), points were identified that demonstrate the feasibility of the investment, such as its monthly profitability of BRL 12.474,49, indicators of positive economic viability and on of the data obtained in the research.

Keywords: business plan; bistro; restaurant; Joao Pessoa.

1. INTRODUÇÃO

A concretização de um empreendimento se faz mais sólida quando embasada em uma ferramenta como o plano de negócios. Partindo desse pressuposto, a utilização desse instrumento se fez necessária para a execução do presente trabalho. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2011), o plano de negócio é um documento com informações sobre os objetivos do seu negócio e sobre quais passos devem ser dados para que eles sejam alcançados, reduzindo riscos e incertezas.

A cozinha de um bistrô exige de seus funcionários uma boa dose de talento e não demanda muitos utensílios. Sua filosofia reside na prática de extrair muitos benefícios de cada substância que compõe as receitas dos pratos ali preparados, de forma a não impor ao cliente gasto em demasia (SANTANA, 2016).

Nos últimos dez anos, a alta gastronomia se tornou mais “acessível”, seja através de programas do tipo *reality* ou no surgimento de restaurantes de renome que investem pesado em publicidade. O desejo por novas experiências gastronômicas e a inviabilidade de acesso do grande público são os fatores que intensificam a razão da existência de um empreendimento que supra tais necessidades. Podemos definir um bistrô como sendo um restaurante de pequeno porte, onde o comensal pode usufruir de um ambiente confortável sem muita sofisticação, experimentar uma gastronomia afetiva com atendimento personalizado.

A partir do plano de negócio, será possível analisar a viabilidade econômico-financeira e detalhar informações sobre os produtos e serviços que visa oferecer, além de analisar os potenciais clientes, concorrentes, fornecedores e pontos positivos e negativos do negócio (SEBRAE, 2011).

O “Mumbaba Bistrô” terá como objetivo oferecer um produto de alta qualidade a preços acessíveis, tendo como diferencial a qualidade e o tipo de atendimento, aproximando o cliente da cozinha. Terá um menu que acompanhará as estações do ano, utilizando insumos nacionais dentro da sua sazonalidade, fazendo uma gastronomia brasileira de fusão, com técnicas e apresentações aprendidas durante a vida acadêmica e profissional.

Este trabalho está fundamentado na elaboração do plano de negócios para análise da viabilidade da implementação de um bistrô na cidade de João Pessoa, e divide-se em seis capítulos: (1) esta introdução; (2) os objetivos da pesquisa; (3) a metodologia utilizada; (4) a análise e discussão dos resultados; (5) as considerações finais e (6) as referências. O capítulo de resultados se divide em seis subseções conforme a estrutura do plano de negócios.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Elaborar o plano de negócios para a abertura de um restaurante estilo bistrô com estratégia de preços acessíveis na cidade de João Pessoa – PB e, com o auxílio das ferramentas do plano de negócios, verificar a funcionalidade do empreendimento, assim como, sua viabilidade econômico-financeira.

2.2. Objetivos Específicos

- Definir o modo de operação de um bistrô.
- Analisar prováveis concorrentes.
- Analisar mercado e público-alvo.
- Estabelecer um plano operacional.
- Verificar a viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

3. METODOLOGIA

O presente trabalho está delineado com a intenção de suprir todos os questionamentos no que se refere à real possibilidade de implantação do empreendimento, assim como a construção e constante revisão do plano de negócio, sendo isto imprescindível para que os objetivos sejam cumpridos.

Esta pesquisa foi de natureza exploratória e descritiva, pois buscou descrever o plano de negócios de uma empresa com conceito inovador na cidade de João Pessoa - PB, trazendo a gastronomia no estilo bistrô a preços acessíveis. Além disso, trata-se de pesquisa quantitativa, pois buscará informações mercadológicas através de pesquisa de mercado quantitativa com o potencial público-alvo, bem como informações financeiras para estimar a viabilidade do empreendimento.

Pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado (GIL, 2002).

A pesquisa quantitativa foi feita principalmente na aplicação de questionário via *Google Forms* para avaliar a real intenção do público-alvo e a probabilidade de consumo deste cliente em potencial. Segundo Mathias (2022), o método quantitativo é conclusivo e tem como objetivo quantificar um problema e entender a dimensão dele. Em suma, esse tipo de pesquisa fornece informações numéricas sobre o comportamento do consumidor.

Para a pesquisa financeira, os dados de custos e aquisições de investimentos serão coletados no mercado, através de sites de cotações e pesquisas nos sites de potenciais concorrentes.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O Plano de Negócios utilizado para verificar a viabilidade do empreendimento, por seu detalhamento analisa e discute seus resultados. Devido sua extensão, esse capítulo estará dividido em seis sub tópicos, que são: o Sumário Executivo (4.1), apresentando o perfil da empresa; a Análise de Mercado (4.2), realizada através de pesquisa exploratória; a Avaliação Estratégica (4.3); o Plano de Marketing (4.4); o Plano Operacional (4.5), voltado para a consolidação da empresa; e o Plano Financeiro (4.6) onde se conclui pela viabilidade do empreendimento.

4.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

4.1.1. Resumo

O Mumbaba (*mumbába*) (palavra de origem Tupi que na tradução para a Língua Portuguesa significa “a criação”) Bistrô é um empreendimento que vai se destacar por sua inovação em “experiências gastronômicas” na cidade de João Pessoa. Além do ambiente aconchegante e do atendimento totalmente diferenciado, seu cardápio será uma verdadeira surpresa para os clientes. Prezando a sazonalidade dos ingredientes, a maioria dos pratos ofertados não serão fixos. Sabendo-se da inflação e de outros fatores que influenciam o custo dos insumos, a equipe de cozinha irá utilizar toda sua criatividade para que sejam elaborados novos pratos de acordo com a sazonalidade dos insumos.

Esse novo empreendimento trará ao comensal a oportunidade de vivenciar um tipo de serviço que almejava, entretanto, não estava dentro de seu orçamento, com possibilidades que caibam dentro da realidade de estudantes com uma renda limitada e de pessoas já inseridas no mercado de trabalho e estabilizadas financeiramente, o bistrô irá encantar os sentidos de todos que por ali passarem.

4.1.2. Dados dos empreendedores

Conforme o Quadro 01 abaixo, o empreendimento terá apenas um sócio, o autor deste plano de negócios, com as atribuições de gestão e *Chef* do Bistrô.

Quadro 1 – Dados dos Empreendedores

Nome:	João Vicente Teodoro Carneiro
Endereço:	Rua Maurício Leal Wanderley, nº 43, Valentina, João Pessoa - PB
Perfil:	Bacharel em Gastronomia pela UFPB; Cinco anos de experiência em bares e restaurantes em João Pessoa.
Atribuições:	Sócio, Gestão do Negócio e <i>Chef</i> do Empreendimento.

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.1.3. Missão da empresa

Em um desejo pretensioso de satisfazer paladares rebuscados e curiosos, o Mumbaba Bistrô quer abranger uma fatia da sociedade que se interessa por novas experiências gastronômicas e não possui grande poder aquisitivo. Assim, busca entregar um ambiente intimista com atendimento personalizado, além de uma gastronomia singular.

4.1.4. Setores de Atividades

- ☐ Agropecuária
- ☐ Comércio
- ☐ Indústria
- ☒ Serviços

4.1.5. Forma Jurídica

- ☒ Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- ☐ Micro empreendedor Individual – MEI
- ☐ Sociedade Limitada
- ☐ Outros:

4.1.6. Enquadramento tributário

Como a projeção do faturamento é maior do que o permitido para o MEI, o enquadramento tributário esperado é o Simples Nacional, na Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) 5611-2/01 - Restaurantes e Similares.

4.2. ANÁLISE DE MERCADO

4.2.1. Identificação das necessidades de mercado

Com grande potencial na área gastronômica, João Pessoa ainda possui uma carência no que refere a frequentar um legítimo Bistrô. Os estabelecimentos que ainda se consolidam na cidade oferecem um serviço que foge muito do conceito Bistrô, usando apenas o nome “conceito” para se tornar mais atrativo.

O bistrô não pode ter alusão ao requinte e à sofisticação. Deve ser um empreendimento simples, de atendimento cortês, especial e personalizado, sem muitas opções de pratos especiais, mas sim serviço pessoal, que dá importante consideração ao desejo dos consumidores previamente definidos e conhecidos pelos *Chefs* (Sales e Ribeiro, 2011).

Provavelmente muitos dos empreendimentos existentes não se dão conta de que o serviço que oferecem não é característico, e o alto custo e o tipo de atendimento evidenciam o fato. Segundo Sales e Ribeiro (2011), são poucos os “empreendimentos bistrôs” no Brasil que seguem à risca a originalidade das características de um bistrô francês.

Embasado nas referidas peculiaridades, vê-se a oportunidade de inserir no mercado tal empreendimento, visando suprir a necessidade dos clientes no que se refere a uma gastronomia afetiva e refinada para um público com menor condição socioeconômica e curioso na experimentação de um serviço exclusivo.

Com um cardápio que dará preferência a insumos da agricultura familiar e insumos regionais sazonais, o Mumbaba Bistrô cativará seus clientes pela originalidade e diversificação de sugestões ofertadas, trazendo novidades a cada visita.

4.2.2. Segmentação de mercado

A segmentação de mercado consiste no estudo e pesquisa de um determinado mercado consumidor com o objetivo de dividi-los em grupos com expectativas semelhantes e necessidades em comum para, então, escolher qual será o público-alvo mais adequado para os negócios de uma empresa (SEBRAE, 2011).

Geográfica

Após analisar o perfil de interesse do público-alvo, atentou-se que a melhor localização para o empreendimento será a zona sul de João Pessoa, mais precisamente o bairro dos Bancários, por se tratar de uma região central da referida área. Contemplando assim os demais bairros como Castelo Branco, Cidade Universitária, Mangabeira e José Américo.

Demográfica

Segundo a pesquisa mercadológica, os clientes em potencial têm idades bem variadas, de jovens de 20 anos até pessoas mais maduras de 45, porém todos com interesse em comum, o desejo por novas aventuras gastronômicas.

Cultural

Amantes de uma boa gastronomia com intenções por ambientes mais intimistas e aconchegantes tendem a serem os maiores frequentadores do estabelecimento.

Psicográfico

Os serviços e os produtos ofertados tendem a ser apreciados por pessoas que pensem na gastronomia como uma forma de carinho, assim como desejam um acolhimento diferenciado e amoroso.

4.2.3. Perfil dos Consumidores

Os consumidores em potencial do bistrô compreendem em sua maioria pessoas físicas, com faixa etária e perfis bem diversificados, porém com interesses em comum, tais como jovens estudantes que têm hábito de sair para confraternizar com amigos e pessoas bem inseridas no mercado de trabalho que gostam de aproveitar novas experiências sempre que possível.

Quadro 2 – Persona de Marketing

	Beatriz Estudante universitária Estagiária de Direito Embora sua renda não supra suas necessidades culturais, sempre reserva algo para novas experiências gastronômicas na companhia de amigos.
---	--

Fonte: Elaboração Própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Quadro 3 – Persona de Marketing

	Livia Professora do município Casada Financeiramente estabilizada Gosta de experimentar novos sabores sempre que possível na companhia do marido.
---	---

Fonte: Elaboração Própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Comportamento de consumo

No que tange o poder aquisitivo do público-alvo, há uma significativa diferença entre o provável cliente, uma renda que gira em torno de um a cinco salários-mínimos, fará com que o comportamento de consumo seja bastante variado.

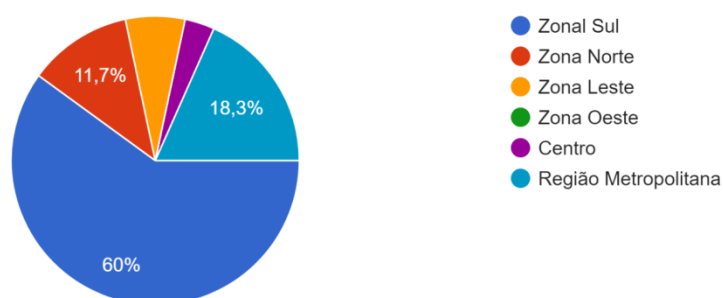
Perfil dos clientes

Com perfil bem eclético, os prováveis clientes do empreendimento terão por característica comum a atração pelo novo, pela descoberta.

4.2.4. Resultados da Pesquisa de Mercado

Foi realizada uma pesquisa de mercado no período de março a abril de 2023 através de formulário online, tendo sido obtidas 60 respostas, cujas análises seguem neste tópico.

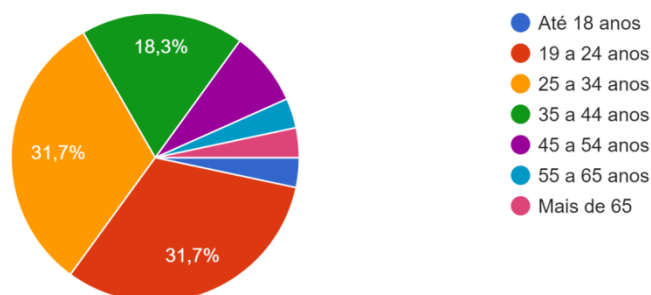
Figura 1 - Respostas dos entrevistados acerca de qual região de João Pessoa reside



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Ao averiguar qual a região de João Pessoa seria mais propensa para a implementação do empreendimento, concluiu-se que na região sul a probabilidade de público se faz mais adequada, com 60% dos respondentes residindo na referida região, seguida das regiões metropolitanas e norte com 30%, fato relevante para uma estratégia de venda diferenciada.

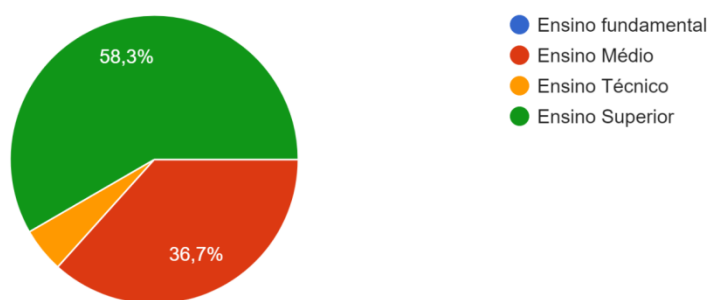
Figura 2 – Respostas dos entrevistados em relação à faixa etária



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

No que se refere ao fator idade, 63,4% dos respondentes se encontram na faixa dos 19 aos 34 anos, representando a maior parcela dos futuros clientes. Embora somente 18,3% dos entrevistados se encaixem na idade entre 35 a 44 anos, se almeja uma grande expectativa de clientes em potencial de faixa etária.

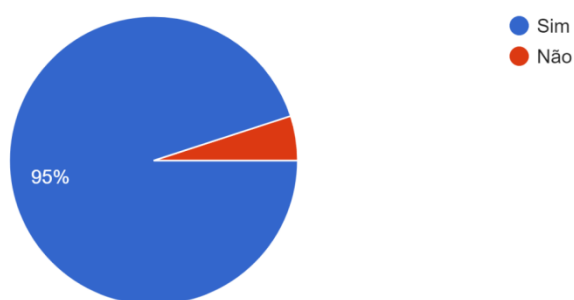
Figura 3 – Respostas sobre o grau de escolaridade dos entrevistados



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

A maioria das pessoas que responderam a questão informou possuir nível superior de ensino (58,3%), seguido por um bom quantitativo de pessoas com ensino médio (36,7%) e apenas 5% dos respondentes o ensino técnico.

Figura 4 – Resposta da pesquisa sobre interesse por novas experiências gastronômicas



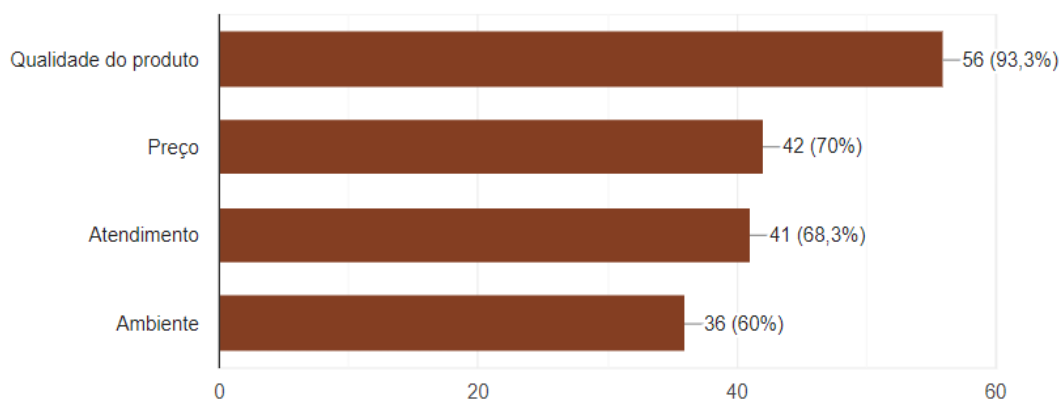
Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Ao serem questionados sobre novas experiências gastronômicas, a grande maioria dos respondentes se mostrou interessada, evidenciando um fator muito relevante para implementação do negócio (Figura 04).

Já a Figura 05, a seguir, trata dos fatores mais importantes ressaltados pelos respondentes sobre alimentação fora do lar. O que mais se destacou foi o quesito da qualidade do produto, indicando que acima de qualquer coisa o público-alvo busca uma refeição de mais

qualidade. Atendimento e preço contabilizaram também uma boa parcela das respostas, restando uma minoria que considera o ambiente como um fator relevante.

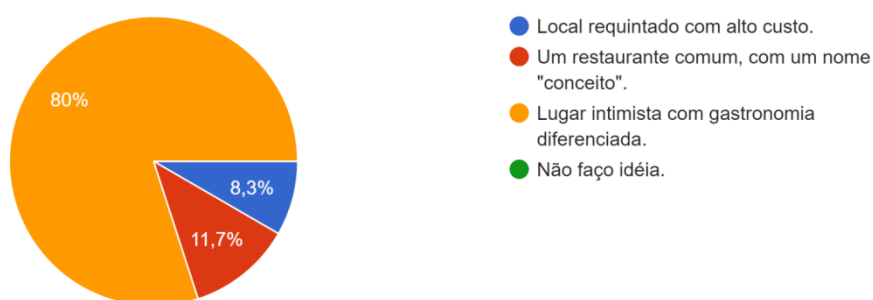
Figura 5 – Respostas dos entrevistados sobre os quesitos mais relevantes durante uma refeição fora do lar



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Quando perguntados sobre o que seria um Bistrô, surpreendentemente a resposta que mais se aproxima das características de um bistrô foi a de maior predileção dentre os questionados (lugar intimista com gastronomia diferenciada), a ideia de um nome conceito e um local de alto custo também foram indicados, nessa ordem, como supostos termos indicativos de bistrô, conforme demonstra a Figura 06.

Figura 6 – Respostas dos entrevistados sobre o que seria um bistrô

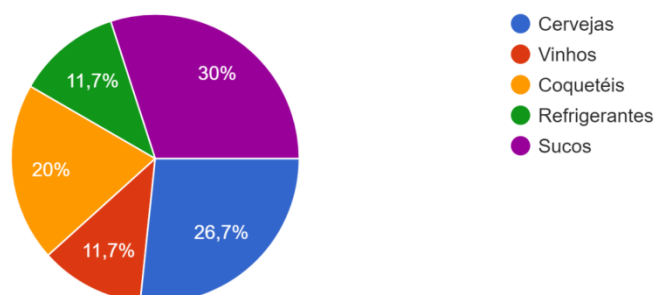


Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Quando questionados sobre suas predileções de bebida em uma oportunidade gastronômica, 30% das pessoas dizem optar por sucos durante suas refeições, seguido do consumo de cerveja com 26,7%, vinhos e refrigerantes tiveram a preferência de 11,7% dos

entrevistados cada, e o desejo por coquetéis se mostrou bem relevante, com 20% das respostas obtidas (Figura 7).

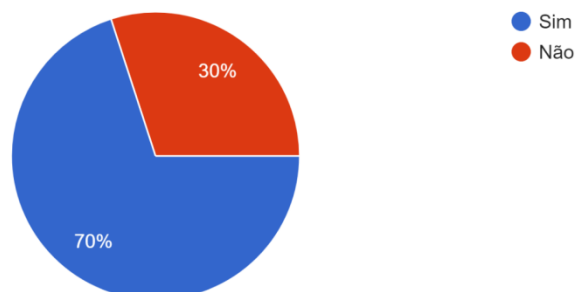
Figura 7 – Respostas dos entrevistados referentes ao tipo de bebida preferida.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Apreciar uma sobremesa ao fim de uma refeição é um hábito da maioria do público submetido à pesquisa, tendo 70% dos respondentes dito ter esse costume (Figura 8).

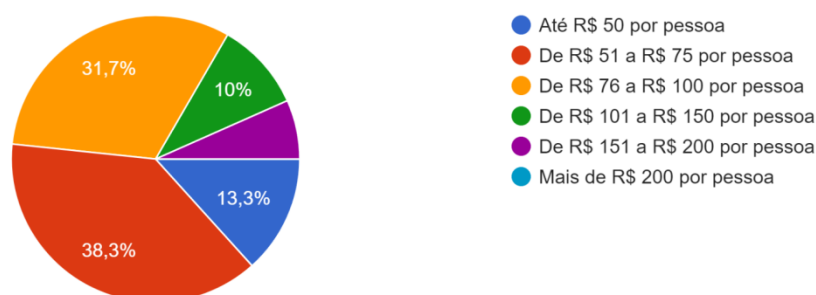
Figura 8 – Respostas dos entrevistados sobre ter o costume de apreciar uma sobremesa após a refeição principal.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Quando se trata de um valor que estaria dentro da realidade dos respondentes, duas fatias que juntas somam 70% dos entrevistados disseram que um valor justo pode variar entre \$51 e \$100 por um serviço de menu completo composto de entrada, prato principal e sobremesa sem adicional de bebidas (Figura 9).

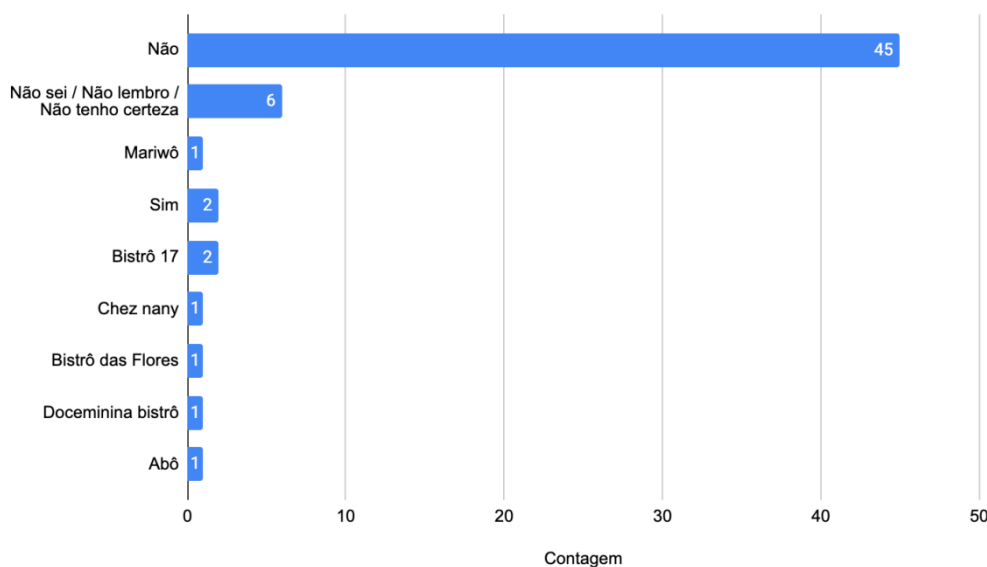
Figura 9 – Respostas sobre o valor monetário que os entrevistados estariam dispostos a pagar por um menu completo.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Na questão que averigua prováveis concorrentes, a maioria (51 respondentes) nunca frequentou um bistrô. Dentre os 9 restantes que disseram ter visitado um estabelecimento desses padrões, 7 deles citaram o nome do local, e 3 desses estabelecimentos (Mariwô, Bistrô 17 e Chez Nanny) foram considerados relevantes para análise de provável concorrência, conforme figura 10.

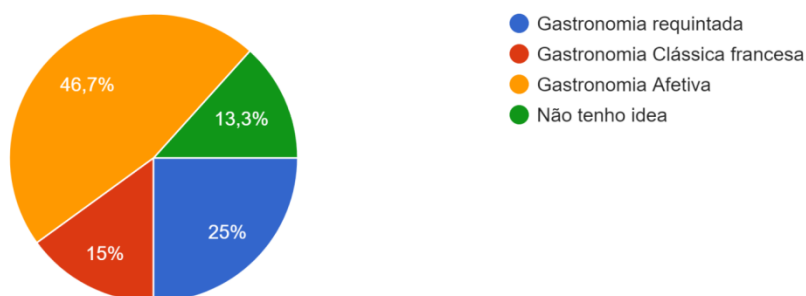
Figura 10 – Respostas dos entrevistados relatando ou não terem visitado algum bistrô.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Quanto à expectativa sobre o tipo de refeição esperado 46,7% mostraram entender o que se encontra em um bistrô (gastronomia afetiva), 15% disseram esperar características francesas na sua experiência e 25% almejam uma gastronomia requintada (Figura 11).

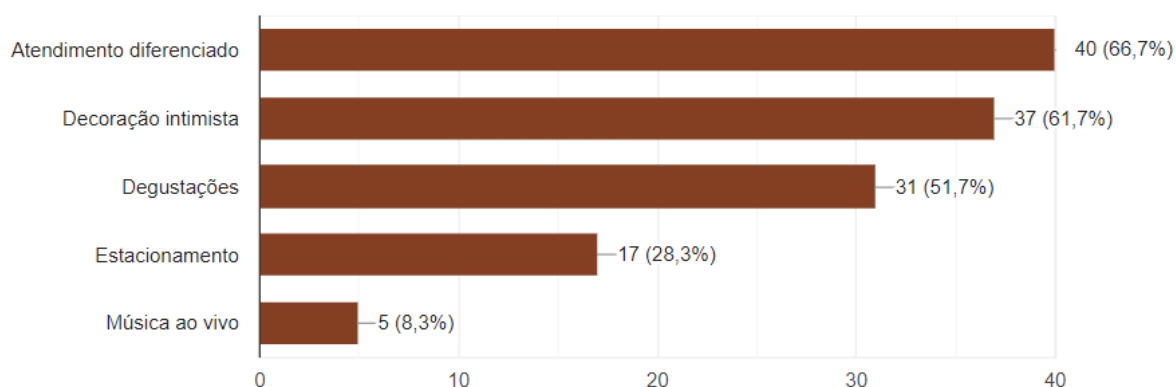
Figura 11 – Respostas dos entrevistados quando perguntado qual tipo de comida esperam encontrar em um bistrô.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Quando questionados sobre outros fatores relevantes em sua experiência, um atendimento diferenciado e uma decoração intimista foram as opções mais indicadas. As degustações tiveram também uma percentagem relevante de respostas, seguidos de estacionamento e música ao vivo (Figura 12).

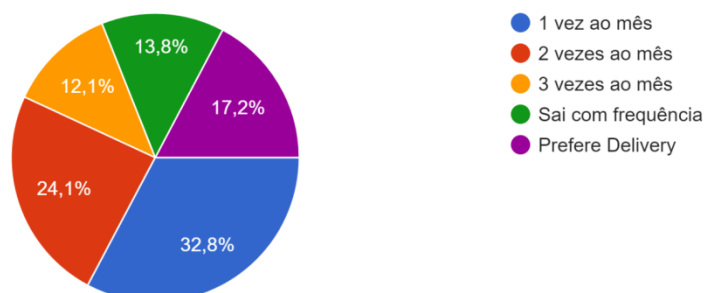
Figura 12 – Respostas dos entrevistados sobre outras características esperam encontrar em um bistrô.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Com relação ao hábito de sair para uma refeição, 32,8% das pessoas sinalizaram sair somente uma vez ao mês, seguido da fatia que tem por hábito sair duas vezes ao mês (24,1%). Em terceiro lugar, 17,2% dos respondentes optaram pela opção *delivery*, mostrando assim, um nicho que até então não se havia atentado (Figura 13).

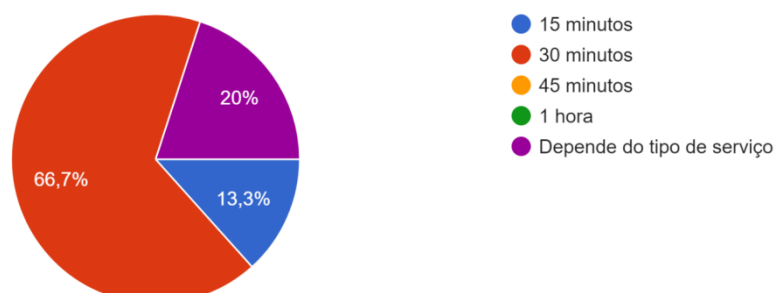
Figura 13 – Resposta dos entrevistados em relação à frequência que saem para uma refeição fora do lar.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Em relação ao tempo de espera por seus pedidos, a maioria (66,7%) disse que 30 minutos seria o tempo tolerável para entrega do pedido à mesa. Apenas 20% dos questionados disseram que 15 minutos seriam o suficiente, seguido do pessoal que entende que esse tempo depende do tipo de serviço oferecido (Figura 14).

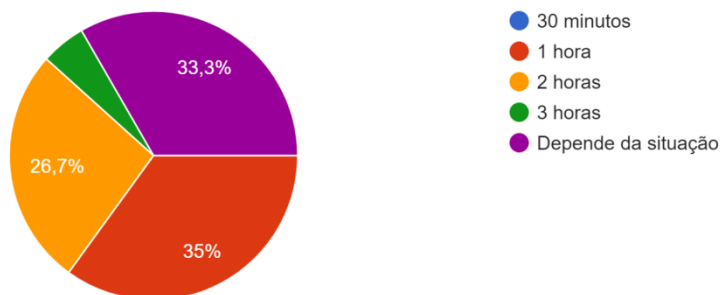
Figura 14 – Respostas dos entrevistados quando perguntado sobre o tempo de espera máximo por um prato.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Em relação ao tempo médio de permanência em um estabelecimento gastronômico, 35% dos entrevistados disseram permanecer ao menos por uma hora no local, seguido dos 33,3% que acreditam que esse tempo depende da situação proposta. Uma considerável quantidade (26,7%) disse permanecer por até duas horas no estabelecimento (Figura 15).

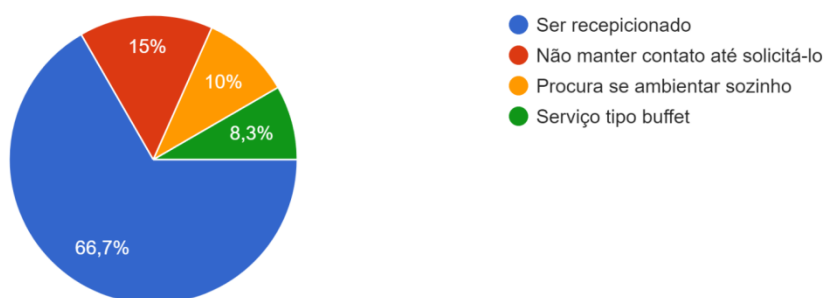
Figura 15 – Respostas dos entrevistados sobre seu tempo médio de permanência em um estabelecimento.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

Em se tratando de recepção, a maioria das pessoas prefere ser acolhida em sua chegada, outra fatia prefere o serviço somente quando solicitado e 10% não gostaria de ser recebido e sim se ambientar sozinho. Ainda existe uma pequena parcela de pessoas que tem preferência pelo serviço estilo *buffet* (Figura 16).

Figura 16 – Respostas dos entrevistados sobre o tipo de atendimento que preferem ao chegar a um local para alimentação.



Fonte: Elaboração Própria com base nos resultados da pesquisa de mercado.

4.2.5. Análise dos Concorrentes

De acordo com Santana (2011), criar um ambiente com atmosfera descontraída e informal é um elemento essencial para se caracterizar um bistrô, ao contrário da fama que esta modalidade comercial ganhou entre os brasileiros, de um lugar requintado e sofisticado.

O Quadro 4 traz a síntese da análise dos principais concorrentes, embora tenham características que não se adequam ao conceito de bistrô, tornando-os assim concorrentes indiretos.

Quadro 4– Análise dos Concorrentes (Bancários e Proximidades)

Empresa	MARIWÔ	BISTRÔ 17	Chez Nanny
Qualidade	Diversidade de produtos	Ambiente	Luxo
Preço	Popular	Não exorbitante	Alto custo
Condições de Pagamento	À vista, pix e cartões	À vista, pix e cartões	À vista, pix e cartões
Localização	Castelo Branco	Centro	Altiplano Cabo Branco
Atendimento	Tradicional	Tradicional	Diferenciado
Serviços aos clientes	Buffet, encomendas e opções veganas	<i>À la carte</i> e cafeteria	Menu completo e <i>à la carte</i>

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Nos estabelecimentos apontados na tabela acima podemos encontrar algumas características similares a de um bistrô, porém fogem muito dos principais conceitos que são: a relação íntima do comensal com a cozinha, gastronomia afetiva e preço acessível.

No que se pode observar, o Bistrô Mariwô tem um ambiente bem intimista, mas se perde na oferta de serviços, assim como no Bistrô 17. O Chez Nanny pratica uma gastronomia de alta qualidade com atendimento diferenciado, pecando apenas nos preços exorbitantes.

4.2.6. Lista de Fornecedores

O Quadro 5 traz a síntese dos principais fornecedores, por categorias de insumos que serão comprados para ofertar os produtos do cardápio.

Apesar dos fornecedores abaixo listados possuírem as melhores condições de compra, uma estratégia alternativa caso haja falha na entrega de produtos será optar por grandes atacadistas como Açaí e Mineirão, por possuírem uma grande variedade de produtos e descontos na compra por atacado.

Quadro 5– Lista de Fornecedores

Nº	Fornecedor 1 - Proteínas	Fornecedor 2 – Hortifruti	Fornecedor 3 - Bebidas	Fornecedor 4 - Produtos de limpeza e descartáveis
Descrição dos itens a serem adquiridos	Carne bovina, suína, aves, queijos e embutidos	Folhas, tubérculos, frutas, bulbos e ervas aromáticas.	Refrigerantes, cervejas e vinhos.	Sabão em pó, sabão em pedra, água sanitária, desinfetante e detergente.
Nome do Fornecedor	Karne e Keijo	Cecaf	Ambev	Atacadão
Periodicidade de Compra	Semanal	3x semana	Semanal	15 dias
Volumes mínimos	30kg	2 caixas	Semanal	XXXXXXXX
Condições de pagamento	Boleto, à vista, cartões, pix.	À vista, cartão de débito, pix.	Boleto, à vista, cartões e pix.	À vista, cartões, pix.
Prazo de Entrega	3 dias	Retirada	3 dias	Retirada
Localização	Loteamento Jardim Itabaiana	Bairro José Américo	Distrito Industrial	Bairro Água Fria

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

4.3. Avaliação Estratégica

No Quadro 6, a seguir, são apresentados os resultados da Análise SWOT ou Matriz FOFA, os quais representam as Forças e Fraquezas (aspectos do ambiente interno) e as Oportunidades e Ameaças (aspectos do ambiente externo).

Quadro 6– Análise SWOT ou Matriz FOFA

FORÇAS	FRAQUEZAS
• Experiência anterior do Chef e dono do negócio. • Inovação no modelo de cardápio. • Financeiramente atrativo.	• Falta de capital de giro para atender o negócio em seu estágio inicial. • Falta de mão de obra qualificada.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Alta gastronomia em evidência. • Interesse do público no segmento.	• Perfil do consumidor pessoense de modismos em relação à gastronomia. • Concorrência com grande investidor. • A inexistência de um verdadeiro bistrô em João Pessoa.

Fonte: Elaboração própria, com base no Modelo de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018).

Com base na análise de mercado e na avaliação estratégica aqui apresentada, há uma oportunidade real de abertura de um bistrô com características fidedignas de um verdadeiro bistrô francês na cidade de João Pessoa, e o grande interesse do público-alvo em viver novas experiências gastronômicas, alavancado pelo serviço proposto do empreendimento são evidências que exaltam essa oportunidade.

Para que a empresa transcorra seu caminho operacional com maestria, será oferecido um treinamento para os funcionários, tanto pessoal da cozinha quanto do salão, evidenciando todo diferencial da casa.

4.4. Plano de Marketing

4.4.1 Estratégia de produto e valor ao cliente

Valor ao cliente

O Mumbaba Bistrô trará em sua configuração uma gastronomia afetiva e uma ligação íntima do cliente com a equipe da cozinha, sendo ofertado à mesa sugestões e *amuse-bouches* (pequeno *finger food* cortesia) diretamente das mãos do *Chef* ou um representante da cozinha.

Imagem

Um ambiente aconchegante que trará uma atmosfera de paz e tranquilidade, além de uma gastronomia afetiva e de alta qualidade que mostrará o carinho da equipe na execução de cada prato servido.

Inovação

O empreendimento ofertará serviços ainda não existentes no mercado pessoense, o conforto de um ambiente intimista, a afetividade entre a cozinha e o cliente e uma gastronomia de alta qualidade a preços acessíveis a todos os públicos.

Informação

O nome Mumbaba Bistrô estará disponível e atuante nas redes sociais, relatando com frequência as atividades da cozinha e suas novidades do cardápio.

Garantia

O comensal contará com toda compreensão da equipe Mumbaba, caso não se agrade com algum prato ofertado, será ofertada uma sobremesa.

Conveniência

Além da política de preços atraentes, serviços diferenciados e boa localização, o Mumbaba irá cativar seus clientes através das redes sociais, contemplando o “cliente seguidor” com promoções exclusivas.

Serviços

Ofertará aos clientes um serviço *à la carte*, com promoções exclusivas para menu completo e também disponibilizará seu espaço e serviços para eventos fechados.

4.4.2 Estratégia de preço

O preço dos produtos será calculado através de fichas técnicas e técnicas de precificação, havendo sempre um diferencial no valor de menu completo e promoções em datas comemorativas.

Condições e prazos de pagamento

O prazo máximo é no crédito rotativo. Se for algum menu especial de data comemorativa, haverá a possibilidade de dividir em duas vezes. Serão aceitos pagamentos em dinheiro, via pix, cartões de crédito e débito.

4.4.3 Estratégia de Promoção

O Mumbaba Bistrô terá inicialmente como estratégia de promoção, o marketing digital, fazendo permuta com influenciadores digitais da região e se mostrando bem ativo nas redes sociais, interagindo com clientes e fazendo promoções exclusivas.

Figura 17 – Logomarca do Empreendimento



Fonte: Elaboração Própria utilizando o Canva.

Descontos

Serão oferecidos descontos especiais em datas comemorativas, “clientes seguidores” terão sempre promoções especiais e rolha *free* de terça à quinta feira.

Brindes

Ao menos uma vez por semana serão oferecidos *amuse-bouches* (pequeno *finger food* cortesia) e um coquetel para os aniversariantes.

Eventos

O empreendimento estará apto para reservar seu espaço para eventos particulares e promoverá eventos em datas comemorativas.

Parcerias

Serão estabelecidas parcerias com digitais *influencers* e eventuais fornecedores de insumos.

Estratégia de comunicação

O negócio estabelecerá sua comunicação em redes sociais e ações de campo com a distribuição de *vouchers*.

4.4.4. Estratégia de Distribuição

Os produtos do bistrô serão ofertados inicialmente *in loco* e na modalidade *take out*, no qual o cliente fará seu pedido *online* e fará a retirada pessoalmente na loja física. Com o andamento das atividades do estabelecimento será estudada a possibilidade de parcerias com aplicativos de *delivery*.

Características do ponto comercial

O local pretendido para o estabelecimento será um imóvel alugado na região central do bairro dos Bancários, próximo a Praça da Paz. Uma região segura, pois conta com um posto da Guarda Municipal bem próximo, contando também com a comodidade de um estacionamento público. Por se tratar de uma casa térrea a acessibilidade de todos os públicos não será um inconveniente.

4.4.5. Força de vendas

Organização da equipe

Inicialmente a equipe terá sete colaboradores, incluindo o *Chef* proprietário. Serão atuantes na equipe: dois cozinheiros, um auxiliar de cozinha, um *Stewart* (auxiliar de limpeza) e dois garçons.

Remuneração da equipe

Todos os funcionários terão seus direitos assegurados com base na CLT, recebendo cada qual o salário base de cada categoria mais comissões.

Treinamentos

Os colaboradores, antes de iniciarem suas funções, passarão por um treinamento seguindo um manual de Boas Práticas na Manipulação, além disso serão treinados por um *maître* sobre o comportamento e atendimento no salão.

Aptidões

O grande diferencial que irá ser observado nos colaboradores será a comunicação e o bom relacionamento com a equipe e com clientes. Outros pré-requisitos serão questionados na contratação e aprimorados através de cursos oferecidos pela empresa.

4.4.6. Localização do negócio

Endereço: Rua: Derlópidas Gomes Neves, 31

Bairro: Bancários

Cidade: João Pessoa - PB

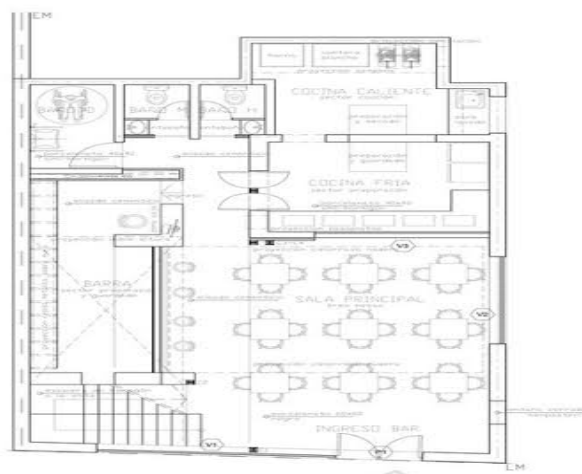
Ponto: De frente à Praça da Paz, com vantagens de estacionamento gratuito na praça e próximo à Guarda Municipal.

4.5. Plano Operacional

4.5.1. *Layout* ou arranjo físico

No protótipo de *layout* do empreendimento podemos observar um salão com nove mesas, um bar com quatro lugares, duas cozinhas (sendo uma área de recepção e espaço privado para funcionários), dois banheiros (para clientes) e uma sala da administração.

Figura 18–*Layout* e Arranjo do Mumbaba Bistrô



Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/902529/bares-e-restaurantes-50-exemplos-em-plantas-e-cortes/5ba3e804f197cc1b48000297-bars-and-restaurants-50-examples-in-plan-and-section-photo>

4.5.2. Capacidade Produtiva

O bistrô contará com nove mesas e quatro banquetas no bar, capacidade de quarenta clientes em sua lotação máxima, num fluxo esperado de dois giros no salão, e a cozinha poderá produzir até duzentos e quarenta pratos por dia, contando com entrada, principal e sobremesa.

4.5.3. Processos Operacionais

Mercadorias e insumos serão recebidos pelo auxiliar de cozinha, que procederá com a higienização destes antes acondicioná-los em seus devidos lugares. A produção de pratos e o sua subsequente organização, ficará a cargo dos cozinheiros. A limpeza pesada da cozinha será obrigação do *Stewart*, que contará com a colaboração de todos os funcionários para uma limpeza mais minuciosa. No salão, a organização e limpeza ficarão a cargo dos garçons, que terão ajuda do *Stewart* em processos mais delicados.

4.5.4. Necessidades de Pessoal

A equipe será composta por:

- 2 Garçons
- 1 *Chef*
- 2 Cozinheiros
- 1 Auxiliar de cozinha
- 1 *Stewart* (ASG)

4.5.5. Planejamento do recrutamento, Seleção e Treinamento

As vagas serão ofertadas preferencialmente em universidades, cursos técnicos e ou profissionalizantes. Após análise dos currículos, serão selecionados os mais interessantes e convocados para uma entrevista com o *Chef*. Todos os colaboradores selecionados passarão por treinamento de boas práticas de manipulação e excelência no atendimento ao cliente. Experiências anteriores serão um fator relevante, mas não decisivo.

4.6. Plano Financeiro

Neste tópico serão apresentados os resultados da análise financeira, que indicará a viabilidade econômico-financeira para abertura de um bistrô na cidade de João Pessoa. Os resultados que serão apresentados foram obtidos através da Planilha de Plano de Negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.1. Investimentos Fixos

A tabela 01 a seguir apresenta os valores utilizados em investimentos, sendo a reforma o maior desembolso, seguido de máquinas e equipamentos, onde a aquisição de freezers e geladeiras obteve a maior soma; móveis e utensílios, verificando que mesas e cadeiras serão responsáveis pelos maiores desembolsos dessa seção.

Tabela 1– Investimentos Fixos para a abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB)

DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R\$)
Construções	15.000,00
Reforma	15.000,00
Máquinas e Equipamentos	28.450,10
2 Freezers e 3 Geladeiras	13.793,00
1 Fogão Industrial e 1 Forno Industrial	2.578,00
1 Fritadeira	1.149,00
1 Batedeira, 1 Processador e 1 Liquidificador	2.062,00
2 Ar-Condicionados 12000 BTU	3.238,00
2 Bancadas de Inox	1.850,00
1 Cilindro / Laminador de Massas	877,99
1 Coifa e 1 Exaustor	1.896,00
1 Balança Digital	310,11
2 Botijões de Gás e 2 Kits de Instalação	696,00
Móveis e Utensílios	16.511,20
4 Facas Chef, 4 Facas Desossa, 4 Facas Legumes, 1 Chaira e 4 Tábuas de Corte	1.248,00
9 Mesas, 36 Cadeiras e 4 Banquetas	6.453,00
72 Pratos, 72 Copos, 54 Taças, 36 Jogos de Talheres, 36 Copos Para Cerveja	3.318,00
4 Espátulas, 4 Colheres de Serviço, 2 Conchas, 2 Escumadeiras e 2 Fouet	308,38
4 Pegadores, 2 Pinças	139,30
1 Panela de Pressão, 4 Frigideiras, 4 Caçarolas e 4 Panelas	1.643,62
4 <i>Bowls</i> Grandes, 4 <i>Bowls</i> Pequenos, 8 Caixas Plásticas e 2 <i>Chinois</i>	514,44
19 Toalhas de Mesa, 4 Toalhas de Rosto, 4 Panos de Polir Taças	886,46
Decoração	2.000,00
Computadores	3.974,00
Notebook	2.149,00
Impressora	429,00
Celular	1.299,00
Maquineta de Cartão	97,00
Total Investimento Fixo	63.935,30

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.2 Prazos e Estoques

A seguir será apresentada a tabela 2, demonstrativa dos prazos de venda, compra e estoque da empresa. As vendas à vista representam 40% do total e as vendas a prazo 60%, ficando estabelecida uma média de doze dias para recebimento. Na política de compras, a empresa efetuará 50% dos pagamentos à vista e 50% a prazo, estabelecendo uma média de oito dias para pagamento de fornecedores.

O método de conservação de insumos permitirá que o bistrô renove seu estoque de produtos mais perecíveis semanalmente. O valor do estoque inicial foi calculado com a soma do estoque seco e insumos perecíveis que tem políticas de compra diferentes, mas estabelecendo uma média de consumo destes produtos obteve-se um total de R\$5.000,00.

Tabela 2 – Prazos para recebimentos, compras e estoques para abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB)

POLÍTICA DE VENDA		
Prazo médio de venda das mercadorias	%	Dias
Venda à Vista	40,00	-
Venda a Prazo	60,00	20
Divisão das vendas à vista e a prazo em relação às vendas totais.	Prazo Médio	12
POLÍTICA DE COMPRA		
Prazo médio de compras	%	Dias
À Vista	50,00	-
A Prazo	50,00	15
Divisão das compras à vista e a prazo em relação às compras totais.	Prazo Médio	8
POLÍTICA DE ESTOQUE		Dias
Necessidade média de estoques		7
Define qual deve ser o estoque mínimo necessário em dias.		
ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL		R\$
Estoque Inicial		5.000,00

Fonte:Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.3 Faturamento Mensal, Descrição dos Produtos e Custos

Na tabela 03 a seguir está estabelecido o faturamento mensal da empresa, considerando um serviço de seis horas com funcionamento considerando aberto ao público das 17:00 às 23:00 de terça a domingo. A estimativa de vendas foi estipulada considerando uma média de setenta pessoas frequentando o estabelecimento por dia, vezes os dias de funcionamento, sendo considerada a respectiva porcentagem de venda de cada produto.

Tabela 3 – Estimativa de Faturamento e Custos Mensais para abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB)

ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL				
TOTAIS		Custo Direto	Faturamento	% do Faturamento
	Produtos	61.091,00	128.050,00	100,0%
	Serviços	-	-	0,0%
	Total	61.091,00	128.050,00	

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

Os produtos ofertados inicialmente no cardápio do bistrô serão descritos abaixo (Tabela 4), juntamente com as respectivas quantidades de vendas, custo unitário, custo da mercadoria, preço de venda unitário e faturamento mensal do produto (mix de vendas).

Dentre as opções ofertadas os maiores faturamentos foram os das entradas e pratos principais, somando juntos R\$70.660,00 do total faturado. Sobremesas e bebidas somaram juntas R\$57.390,00, representando uma parcela significativa do faturamento mensal.

Tabela 4 – Estimativa de Custo e Faturamento por Produto para Abertura de um Bistrô em João Pessoa (PB)

PRODUTOS					
Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Arancini à Paraíba	350	18,50	6.475,00	39,00	13.650,00
Brusquetadel mar	250	12,00	3.000,00	25,00	6.250,00
Salada Filipéia	200	10,50	2.100,00	22,00	4.400,00
Chambaril da Terra	380	16,80	6.384,00	35,00	13.300,00
Cupim do Agreste	300	18,25	5.475,00	39,00	11.700,00
Gnocchi c/ Ragu de Galinha de Capoeira	300	15,00	4.500,00	32,00	9.600,00
Risoto de Aratu	280	19,70	5.516,00	42,00	11.760,00
Mini Cake Gelado de Coco e Manga	200	11,30	2.260,00	24,00	4.800,00
TartelleteCastanhas c/Choc. Amargo	250	15,80	3.950,00	33,00	8.250,00
Flan Queijo Coalho c/ Calda do Engenho	200	13,50	2.700,00	29,00	5.800,00
Soda Paraibana	280	5,50	1.540,00	13,00	3.640,00
Suco do Sol Nascente	250	4,00	1.000,00	10,00	2.500,00
Água Mineral	300	1,25	375,00	4,00	1.200,00
Água Mineral com Gás	200	1,65	330,00	5,00	1.000,00
Refrigerante (lata 350 ml)	300	3,09	927,00	7,00	2.100,00
Cerveja LongNeck	400	5,96	2.384,00	10,00	4.000,00
Vinho Tinto da Casa	150	32,50	4.875,00	65,00	9.750,00
Vinho Branco da Casa	130	28,00	3.640,00	55,00	7.150,00
Frisante	120	30,50	3.660,00	60,00	7.200,00
Custo da Mercadoria Vendida (CMV)			61.091,00	Faturamento Total	128.050,00

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

Prezando a sazonalidade dos ingredientes, a maioria dos pratos ofertados não serão fixos. A escolha do cardápio se deu com o pensamento no aproveitamento integral dos insumos e a estabilidade dos preços para os comensais. Com alguns pratos autorais idealizados para a abertura do estabelecimento, é necessária a descrição dos pratos para que a visualização seja plena.

O Arancini à Paraíba é um bolinho de risoto com feijão verde recheado com carne de charque e queijo coalho, produtos típicos do Nordeste misturados com a técnica do clássico italiano. A Brusqueta Del Mar são fatias de pão italiano tostados banhados por um molho pomodoro clássico coberto com queijo de manteiga, que após gratinado é finalizado com camarões empanados e decorados com broto de coentro.

A Salada Filipéia consiste num mix de folhas verdes como alface americana, alface francesa e rúcula, temperadas com maionese de coentro, finalizada com croutons de jerimum e cubos de queijo coalho empanado.

O Chambaril da Terra foi um prato pensado por ser uma carne barata e popular, porém quando bem trabalhada se torna muito saborosa. O prato é formado por uma posta de chambaril braseado, acompanhado de *aligot* de macaxeira feito com queijo de cabra e queijo de manteiga, servido com um molho *Jus*, finalizado com lâminas de macaxeira frita.

O Cupim do Agreste, também foi idealizado por ser uma carne popular e saborosa, nesse prato o cupim é cocção de forma lenta no *mirepoix*. O caldo do cozimento será utilizado como base do molho no prato, a carne será cortada em finas fatias que serão puxadas com alho e manteiga da terra, acompanhadas de arroz da terra e legumes salteados, finalizados com broto de agrião.

O Gnocchi com Ragu de Galinha de Capoeira é formado pela mistura do clássico italiano com o sabor da nossa terra, um gnocchi tradicional de batatas com um toque de parmesão na massa, acompanhado por ragu de galinha de capoeira, finalizado com uma *tuile* de milho e folhas de rúcula.

O Risoto de Aratu é um *surf and turf*, uma mistura do Mar com a Terra, finalizado com *crisps* de bacon, raspas de limão siciliano e plantas alimentícias não convencionais (PANC'S).

Para finalizar a experiência gastronômica, oferecemos três opções de sobremesa: um Mini Cake gelado, recheado de coco e coberto com um creme *pâtisserie* de manga; A Tartelete de castanhas com chocolate composto por uma base de farinha de castanhas e recheada com chocolate 70% e o Flan de Queijo Coalho com Calda de Mel de Engenho, traz

o sabor do queijo coalho defumado com uma calda de mel de engenho, adorável lembrança ao paladar.

Para harmonizar com os pratos do menu, serão disponibilizadas algumas opções de bebidas, os vinhos da casa, tinto e branco, água com e sem gás, cervejas e as recomendações do Chefe. a Soda Paraibana é montada com água com gás, geleia de acerola e cubos de rapadura, trazendo a refrescância e sabor da Paraíba e o Suco do Sol Nascente.

4.6.4 Custos de mão de obra e pró-labore

Serão apresentados a seguir os custos e encargos (FGTS, INSS e Comissões) referentes a cada funcionário atuante da empresa, juntamente com o pró-labore retirado pelo sócio proprietário, adicionado sobre esse uma alíquota de 11,00% do INSS.

Farão parte do quadro de funcionários dois cozinheiros, dois garçons, um auxiliar de cozinha e um auxiliar de serviços gerais (*Stewart*). Cada um receberá por seu trabalho o salário base da categoria, acrescido de comissão. A soma destes pagamentos mais encargos geram um custo de R\$13.027,79, que adicionado ao pró-labore do proprietário acrescido de impostos somam um total de R\$17.467,79.

Tabela 5 – Estimativa custos referentes à mão-de-obra e retirada de pró-labore para abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)

Cargo / Função	Nº	Salário	%	Encargos	Total
Cozinheiro	2	1.785,00	37,54 %	670,09	4.910,18
Garçom	2	1.600,00	37,54 %	600,64	4.401,28
Auxiliar de Cozinha	1	1.400,00	37,54 %	525,56	1.925,56
Auxiliar de serviços gerais	1	1.302,00	37,54 %	488,77	1.780,66
Pró-Labore do Sócio	1	4.000,00	11,00%	440,00	4.440,00
Comissões (vide tabela Comissões)		6.402,50	37,54 %	2.403,50	8.806,00
TOTAL					13.027,79

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.5. Custos fixos mensais

Na tabela 6 a seguir serão apresentados os custos fixos operacionais, que independente do volume de produção e vendas não se altera. Serão mostradas estimativas de custos mensais, dos quais tem maior representatividade as despesas com mão de obra e pró-labore, que somados ao restante dos custos formam um total de R\$27.078,70.

Tabela 6 – Estimativa de custos fixos operacionais para abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)

CUSTOS FIXOS	
Discriminação	Valor (R\$)
Mão de Obra + Encargos	13.027,79
Retirada dos Sócios (Pró-Labore) + INSS	4.440,00
Água	500,00
Luz	2.500,00
Telefone	100,00
Contador	1.320,00
Despesas com Veículos	500,00
Material de Expediente e Consumo	400,00
Aluguel	3.000,00
Gás GLP	800,00
Propaganda e Publicidade	300,00
Depreciação Mensal	490,91
Manutenção	100,00
Serviços de Terceiros	400,00
Outros	-
TOTAL	27.878,70

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.6. Cálculo dos tributos

Com base na simulação de faturamento, o regime tributário em que se enquadra o empreendimento é o Simples Nacional, considerando que faturamento anual de R\$1.536.600,00 ultrapassa o valor máximo permitido para ser um MicroEmpreendedor Individual (MEI).

Sendo assim, enquadrando-se como Simples Nacional, a empresa irá recolher uma Guia Única de tributos da União equivalente aos impostos sobre a receita, sobre o lucro e FGTS, os quais juntos correspondem, na faixa de faturamento escolhida, a 9,39% da receita, conforme a Tabela 7, a seguir.

Tabela 7 – Estimativa de impostos e encargos para abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)

SIMULADOR TRIBUTÁRIO – TOTAL				
Faturamento Mensal	128.050,00			
IMPOSTOS	MEI	SIMPLES	LUCRO PRESUMIDO	LUCRO REAL
IR - Imposto de Renda	EXCEDE O PERMITIDO R\$ 81.000,00 AO ANO	12.783,86	-	1.992,72
CSLL - Contribuição Social			-	1.195,63
COFINS - Contribuição Financeira Social			-	9.731,80
PIS - Programa de Integração Social			-	2.112,83
IPI - Imposto s/ Produtos Industrializados			-	-
ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços			15.718,08	15.718,08
ISS - Imposto sobre Serviços			6.402,50	6.402,50
TOTAL DE IMPOSTOS	-	12.026,10	22.120,58	37.153,55
RELAÇÃO % DE IMPOSTOS	0,00%	9,39%	17,3%	29,0%
ENCARGOS				
INSS	-	-	2.782,40	2.782,40
SESI, SESC OU SEST	-	-	142,08	142,08
SENAI, SENAC OU SENAT	-	-	94,72	94,72
SEBRAE	-	-	56,83	56,83
INCRA	-	-	18,94	18,94
FGTS	-	757,76	757,76	757,76
Acidente de Trabalho	-	-	284,16	284,16
Salário Educação	-	-	236,80	236,80
TOTAL DE ENCARGOS	-	757,76	4.373,70	4.373,70
TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO	-	12.783,86	26.494,28	41.527,25

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.7. Financiamento

Observando o montante necessário para abertura do negócio, assim como o capital de giro inicial, optou-se por um financiamento. O valor estabelecido para o financiamento foi R\$ 80.000,00, os quais serão obtidos através do programa Empreender Paraíba, projeto voltado para o financiamento de pequenas empresas. Considerando uma taxa de juros de 0,80% ao mês, num período de trinta e seis meses incluindo a carência de seis meses, totalizam parcelas de R\$ 3.055,21.

Tabela 8 – Estimativa de financiamento para abertura de um bistrô em João Pessoa

SIMULADOR DE FINANCIAMENTO		
Valor a Financiar	80.000,00	
Carência	6	
Prazo (Incluso a carência)	36	
Juros	0,80% ao mês	
IOF	1.200,00	1,5%
Parcela	3.055,21	
Valor Financiado Total	80.000,00	
Parcela Total	3.055,21	

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.8. Comissões

Por reconhecer a rotina extenuante de trabalho no setor de A&B, a empresa optou por implantar comissão ao salário de todos os funcionários, atitude que estimulará a equipe, garantindo assim um melhor desempenho dos colaboradores. Ficou estabelecida comissão de 5% sobre o faturamento estimado, o que acresce R\$ 927,21 aos respectivos salários.

Tabela 9 – Estimativa de comissões

COMISSÕES E OUTROS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMISSÕES			
Descrição das Comissões	% do Faturamento	% da Comissão	Valor
Funcionários	100,0%	5,0%	6.402,50

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.9. Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE)

As estimativas segundo a tabela 10 do demonstrativo de resultados do exercício foram satisfatórias, pois o resultado líquido financeiro ficou em R\$ 12.474,49 ao mês, apresentando um lucro de 9,74%. A receita total ficou dividida em 40,00% de vendas à vista e 60,00% de vendas a prazo, considerando os prazos de pagamento dos cartões de crédito. Dentro de o exposto a seguir, pode-se observar a discrepância entre os custos variáveis totais que somam 66,10% do total perante os custos fixos que giram em cerca de 21,77%.

Tabela 10 – Estimativa do demonstrativo do resultado do exercício

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS			
DISCRIMINAÇÃO		VALOR R\$	%
1. Receita Total		128.050,00	100,00%
Vendas (à vista)		51.220,00	40,00%
Vendas (a prazo)		76.830,00	60,00%
2. Custos Variáveis Totais		84.641,60	66,10%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)		61.091,00	47,71%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)		12.026,10	9,39%
Previsão de Inadimplência	1,50%	1.920,75	1,50%
Comissões		6.402,50	5,00%
Cartões de Crédito e Débito		3.201,25	2,50%
Outros Custos Variáveis		0,00	0,00%
3. Margem de Contribuição		43.408,40	33,90%
4. Custos Fixos Totais		27.878,70	21,77%
Mão-de-Obra + Encargos		13.027,79	10,17%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)		4.440,00	3,47%
Água		500,00	0,39%

Luz	2.500,00	1,95%
Telefone	100,00	0,08%
Contador	1.320,00	1,03%
Despesas com Veículos	500,00	0,39%
Material de Expediente e Consumo	400,00	0,31%
Aluguel	3.000,00	2,34%
Gás GLP	800,00	0,62%
Propaganda e Publicidade	300,00	0,23%
Depreciação Mensal	490,91	0,38%
Manutenção	100,00	0,08%
Condomínio	0,00	0,00%
Despesas de Viagem	0,00	0,00%
Serviços de Terceiros	400,00	0,31%
Ônibus, Táxis e Selos	0,00	0,00%
Outros Custos Fixos	0,00	0,00%
5. Resultado Operacional	15.729,70	12,13%
6. Investimentos	3.055,21	2,39%
Financiamento	3.055,21	2,39%
7. Resultado Líquido Financeiro	12.474,49	9,74%

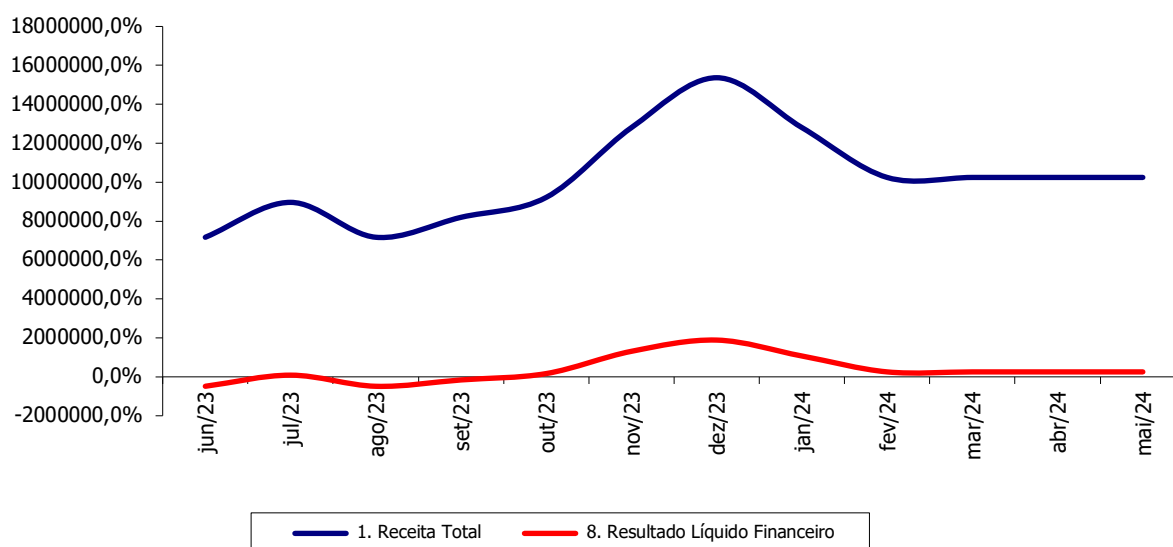
Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR(2018).

4.6.10. Sazonalidade

O efeito da sazonalidade foi calculado baseado em dados expostos anteriormente, como também em uma análise mensal das fases de crescimento da empresa. Foram consideradas as características inerentes a cidade de João Pessoa, tais como: alta e baixa temporada, férias estudantis e o interesse imediatista do grande público.

Foi estipulado um funcionamento com 70% da capacidade de produção nos três primeiros meses, 80% e 90% nos meses subsequentes, atingindo sua capacidade máxima de produção no sexto mês de atividade. No que tange a sazonalidade baseada nos fatores expostos acima, houve uma variação de 80% a 100% no decorrer do ano, atingindo 120% no mês de dezembro, considerado o mês de maior movimento no setor de A&B.

Figura 19—Representação da sazonalidade para a abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)



Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.11. Indicadores e Viabilidade

Utilizando a planilha de Plano de Negócios do SEBRAE-PR (2018), foi calculada uma estimativa dos indicadores financeiros, e para uma melhor visualização dos dados optou-se pelo desmembramento da planilha. Os indicadores financeiros mostram que o total de recursos necessários para a abertura do empreendimento é de R\$ 112.472,30, dos quais R\$ 80.000,00 serão obtidos através de financiamento e R\$ 34.472,30 através de capital próprio.

O resumo financeiro presume um faturamento de R\$ 128.050,00 mensais, tendo os custos variáveis em torno de 66,10% que somados a todos os outros custos ainda garante um resultado mensal de R\$ 12.474,49 (Tabela 11).

Tabela 11 – Estimativa dos indicadores financeiros para a abertura de um bistrô em João Pessoa (PB)

Recursos Necessários		Resumo Financeiro		%
Investimento	68.935,30	Faturamento	128.050,00	
Capital de Giro	43.537,00	Custos Variáveis	84.641,60	66,10%
Total	112.472,30	Custos Fixos	27.878,00	21,77%
Financiamento	80.000,00	Resultado Operacional	13.768,70	12,13%
Capital Próprio	32.472,30	Investimentos	3.055,21	2,39%
		Resultado	12.474,49	9,74%

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.12. Ponto de Equilíbrio Operacional e Financeiro

A tabela 12, a seguir, indica o ponto de equilíbrio operacional e financeiro, o qual vai apontar o valor necessário para cobrir todos os custos necessários, incluindo o financiamento, para realizar a abertura do empreendimento. Considerando um funcionamento de 25 dias úteis, o valor diário a ser faturado para que se atinja o ponto de equilíbrio financeiro é R\$ 3.289,56 ou R\$ 91.251,62 mensais.

Tabela 12 – Estimativa do ponto de equilíbrio operacional e financeiro

Operacional	
Mensal	82.239,09
Diário	3.289,56
Financeiro e Econômico	
Mensal	91.251,62
Diário	3.650,06
Dias Úteis	25

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

4.6.13. Resumo dos indicadores de viabilidade

De acordo com o demonstrativo de viabilidade financeira, a empresa apresenta uma taxa de lucratividade mensal de 5,18%, e o prazo de retorno do investimento fica estimado em dezessete meses. Considerando que a Taxa Interna de Retorno (TIR) é de 68,59% e a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) é de 13,75% (base taxa Selic atual de junho 2023), justifica o curto prazo de retorno do investimento e também a viabilidade do investimento.

Tabela 13 – Indicadores de viabilidade para a abertura de um bistrô em João Pessoa

Lucratividade	
Média mensal	5,18%
Indicadores de Viabilidade	
Payback - Prazo de Retorno do Investimento	17 meses
TMA- Taxa Mínima de Atratividade	13,75%
TIR – Taxa Interna de Retorno	68,59%
VPL – Valor Presente Líquido	186.732,52

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de plano de negócios do SEBRAE - PR (2018).

Desta forma, conclui-se pela viabilidade econômico-financeira do negócio, em todas as suas vertentes, pois mesmo incluindo uma alta necessidade de financiamento, todos os indicadores se mostraram viáveis, incluindo os de ponto de equilíbrio, VPL e TIR. Sendo assim, passa-se às considerações finais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a elaboração do plano de negócios, o empreendimento denominado Mumbaba Bistrô teve sua estratégia operacional traçada, fatores de risco foram identificados e ajustados, como também sua identidade e recursos financeiros necessários estabelecidos.

Ao se analisar os pormenores do presente trabalho, pode-se concluir que a abertura da empresa se apresenta bastante viável do ponto de vista financeiro, com um faturamento anual estimado em R\$ 1.536.600,00.

Com características diferenciadas comparadas aos dos prováveis concorrentes, o Mumbaba Bistrô encantará os sentidos dos seus clientes com sua gastronomia singular, espaço aconchegante e atendimento impecável. Em suma, o empreendimento apresenta características suficientes que comprovam sua viabilidade.

6. REFERÊNCIAS

DE SALES, Gabriela Arantes Ferreira; RIBEIRO, Lilian Almeida Moreira. Hospitalidade e Bistronomia: um estudo comparativo conceitual entre os bistrôs franceses e os bistrôs paulistanos Voa Lá e Hillman. Santa Catarina. 2011. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/8/95.pdf>. Acesso em: 02 de março de 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo:Atlas, 2002.

MATHIAS, Lucas. Pesquisa Qualitativa e quantitativa: qual é a melhor opção? 2022. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/pesquisa-qualitativa-quantitativa/>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2023.

SANTANA, Ana Lúcia. O Bistrô. Disponível em: <https://www.infoescola.com/autor/ana-lucia-santana/3/>. Acesso em 10 de março de 2023.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como Elaborar um Plano de Negócio**. 2013. Disponível em: <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/cartilha-manualou-livro/como-elaborar-um-plano-de-negocio>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2023.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Modelo de Plano de Negócios em Excel**. SEBRAE: Paraná, 2018. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/gratuitos/plano-de-negocios-sebrae/> Acesso em: 26 de março 2023.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Plano de Negócio: porque é tão importante para abrir sua empresa**. 2011. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/plano-de-negocio-porque-ele-e-tao-importante-para-abrir-a-sua-empresa,05bdf074cdcda510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 03 de junho de 2023.