

CENTRO PAULA SOUZA

ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

ATLAS

Tupã-SP

2024

**ANA JULIA TIMOTEO QUELE
LAHENA VITORIA DA CRUZ SILVA
LAURA BEATRIZ ROCHA FERREIRA
MARIA GABRIELA RODRIGUES
TAINAH CRISTINA MARIANO RIBEIRO**

ATLAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof^a Roseli Aparecida Viscardi, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Tupã-SP

2024

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

ANA JULIA TIMOTEO QUELE

LAHENA VITORIA DA CRUZ SILVA

LAURA BEATRIZ ROCHA FERREIRA

MARIA GABRIELA RODRIGUES

TAINAH CRISTINA MARIANO RIBEIRO

ATLAS

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Roseli Aparecida Viscardi

Orientadora

Prof.

Avaliador

Prof.

Avaliador

Tupã, 03 de dezembro de 2024

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradecemos a Deus que nos guiou e iluminou durante toda essa jornada, foi com sua força e proteção que enfrentamos os desafios e alcançamos as conquistas necessárias para a conclusão deste trabalho. Aos nossos familiares que sempre estiveram ao nosso lado oferecendo apoio incondicional, paciência e incentivo em cada etapa do processo, vocês são nossa base e fonte de inspiração, sem o amor, compreensão e palavras de motivação de cada um de vocês, não seria possível chegar até aqui.

Gostaríamos também de expressar nossa sincera gratidão aos membros do nosso grupo, por todo o empenho, dedicação e trabalho em equipe, a colaboração de cada um foi essencial para que o projeto ganhasse forma e se tornasse realidade, enfrentamos juntos momentos de dificuldade e celebração, sempre com respeito e comprometimento mútuo.

Por fim, deixamos um agradecimento especial à nossa orientadora, professora Roseli, que nos orientou com sabedoria e paciência, sempre oferecendo seu conhecimento e apoio constante, suas orientações foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho, e sua confiança em nosso potencial nos motivou a superar limites e buscar a excelência em cada detalhe.

A todos, nosso mais sincero agradecimento e reconhecimento por fazerem parte dessa caminhada de aprendizado e crescimento

“A única forma de chegar ao impossível é acreditar que é possível.”
Alice no País das Maravilhas

RESUMO

Situado em um ambiente encantador que combina sabores e tradições, nosso restaurante gastronômico cultural vai além de um simples local para refeições: ele é um verdadeiro refúgio para os amantes da culinária autêntica, oferecendo experiências únicas em cada prato. Utilizando ingredientes selecionados e receitas que contam histórias, cada visita ao nosso restaurante se transforma em uma jornada gastronômica inesquecível. Nosso objetivo é apresentar um cardápio inovador e distinto, diferente de qualquer outro encontrado na cidade, proporcionando uma experiência rica e envolvente. Para alcançar esse objetivo, realizamos uma pesquisa aprofundada sobre as cozinhas de quatro países distintos: Brasil, México, Colômbia e Líbano. Exploramos suas tradições, ingredientes e métodos de preparo, e incorporamos esses elementos em nosso cardápio. Além disso, conduzimos pesquisas detalhadas e análises SWOT para garantir que nosso projeto fosse viável e atrativo para nossos clientes. A ambientação do restaurante foi cuidadosamente planejada para refletir as características culturais de cada nação que representamos. Cada detalhe, desde a decoração até a música ambiente, foi pensado para transportar nossos clientes para uma nova cultura, permitindo que eles se sintam imersos nas tradições de cada país. Os estudos que realizamos indicaram um forte interesse por parte dos consumidores em restaurantes que oferecem comidas típicas de outros países, evidenciando a demanda por novidades na gastronomia local. Concluímos que o Atlas será um ponto de encontro onde a gastronomia transcende fronteiras culturais, servindo pratos autênticos de quatro países de diferentes continentes. Cada uma dessas nações foi escolhida não apenas pela excelência de sua culinária, mas também pela sua contribuição cultural significativa. Este restaurante busca criar uma experiência verdadeiramente imersiva, permitindo que nossos clientes explorem a diversidade cultural através dos sabores e aromas de pratos tradicionais. Em suma, o Atlas não é apenas um restaurante, mas um portal para uma viagem cultural e gastronômica. Cada refeição é uma oportunidade para nossos clientes descobrirem novos sabores, aprenderem sobre diferentes culturas e desfrutarem de uma experiência única e memorável. Com um cardápio que celebra a riqueza e a diversidade das cozinhas do Brasil, México, Colômbia e Líbano, o Atlas promete ser um destino imperdível para todos os amantes da boa comida e da cultura.

Palavras-chave: culinária, cultura, culturais, gastronomia, experiência, países, diferencial, novidades

ABSTRACT

Set in a charming setting that combines flavors and traditions, our cultural gastronomic restaurant is more than just a place to dine: it is a true haven for lovers of authentic cuisine, offering unique experiences with every dish. Using select ingredients and storytelling recipes, each visit to our restaurant becomes an unforgettable gastronomic journey. Our goal is to present an innovative and distinctive menu, unlike anything else found in the city, providing a rich and immersive experience. To achieve this goal, we conducted in-depth research into the cuisines of four distinct countries: Brazil, Mexico, Colombia and Lebanon. We explored their traditions, ingredients and preparation methods, and incorporated these elements into our menu. In addition, we conducted detailed research and SWOT analyses to ensure that our project was viable and appealing to our customers. The restaurant's ambiance was carefully planned to reflect the cultural characteristics of each nation we represent. Every detail, from the décor to the background music, was designed to transport our customers to a new culture, allowing them to feel immersed in the traditions of each country. Our research has shown that consumers are very interested in restaurants that offer traditional dishes from other countries, highlighting the demand for new local cuisine. We have concluded that Atlas will be a meeting point where gastronomy transcends cultural boundaries, serving authentic dishes from four countries on different continents. Each of these nations was chosen not only for the excellence of its cuisine, but also for its significant cultural contribution. This restaurant seeks to create a truly immersive experience, allowing our customers to explore cultural diversity through the flavors and aromas of traditional dishes. In short, Atlas is not just a restaurant, but a gateway to a cultural and gastronomic journey. Each meal is an opportunity for our customers to discover new flavors, learn about different cultures and enjoy a unique and memorable experience. With a menu that celebrates the richness and diversity of the cuisines of Brazil, Mexico, Colombia and Lebanon, Atlas promises to be an unmissable destination for all lovers of good food and culture.

Keywords: cuisine, culture, cultural, gastronomy, experience, countries, difference, News

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Logo e imagens de redes sociais.....	40
Figura 2 – Layout.....	42

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1 – Países.....	29
Gráfico 2 - Frequentaria o local.....	29
Gráfico 3 - Faixa Etária.....	30
Gráfico 4 – Sexo.....	30
Gráfico 5 – Onde Residem.....	30
Gráfico 6 - Vegetariano ou vegano.....	31
Gráfico 7 – Restrições alimentares.....	31
Gráfico 8 – Quais restrições alimentares.....	32
Gráfico 9 – Comidas apimentadas.....	32
Gráfico 10 – Bebidas alcoólicas.....	32
Gráfico 11 – Frequência que o público sai para comer fora.....	33
Gráfico 12 – Musicas ao vivo.....	34
Gráfico 13 - Fator que os levam a sair de suas casas para comer fora.....	34
Gráfico 14 – Culinária mais conhecida.....	35

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Síntese para estruturação do método científico.....	18
QUADRO 2: Cronograma.....	21
QUADRO 3: Fundador 01.....	22
QUADRO 4: Fundador 02.....	22
QUADRO 5: Fundador 03.....	22
QUADRO 6: Fundador 04.....	22
QUADRO 7: Fundador 05.....	22
QUADRO 8: Nomes do Fundador.....	23
QUADRO 9: Análise dos Concorrentes.....	24
QUADRO 10: Análise dos Fornecedores.....	27
QUADRO 11: Localização da empresa.....	40
QUADRO 12: Capacidade Produtiva.....	41
QUADRO13: Necessidade de Pessoal.....	42
QUADRO14: Avaliação estratégica.....	53

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Maquina e equipamentos.....	42
TABELA 2: Moveis e utensílios.....	42
TABELA 3: Estimativa do faturamento da empresa.....	45
TABELA 4: Produto 1 custo unitário de matéria prima.....	47
TABELA 5: Produto 2 custo unitário de matéria prima.....	47
TABELA 6: Produto 3 custo unitário de matéria prima.....	48
TABELA 7: Produto 4 custo unitário de matéria prima.....	48
TABELA 8: Estimativa do custo variável.....	48
TABELA 9: Custo total mensal e anual.....	50
TABELA 10: Capital de giro.....	51
TABELA 11: Descrição de Investimentos.....	51
TABELA 12: Fontes de Recursos.....	51
TABELA 13: Demonstrativo de resultados do exercício – DRE.....	52
TABELA 14: Ponto de equilíbrio.....	52
TABELA 15: Prazo de retorno de Investimento.....	53

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	REVISÃO DE LITERATURA.....	16
2.1	História da culinária	16
2.2	Tendências do mercado	17
3	METODOLOGIA DE PESQUISA.....	18
3.1	Cronograma	20
4	PLANO DE NEGÓCIOS.....	20
4.1	Descrição da Empresa	20
4.2	Fonte de Recursos	23
4.3	Análise de Mercado.....	23
4.3.1	Análise dos Clientes	23
4.3.2	Análise dos Concorrentes	25
4.3.3	Análise dos Fornecedores	27
4.3.4	Pesquisa de Mercado	29
4.3.5	Descrição dos Principais Produtos ou Serviços.....	36
4.3.6	Preço.....	38
4.3.7	Estratégias Promocionais	38
4.3.8	Estrutura de Comercialização	39
4.3.9	Localização da Empresa.....	40
4.3.10	Layout	40
4.3.11	Capacidade Produtiva.....	41
4.3.12	Necessidade de Pessoal.....	42
4.4	Plano Financeiro.....	42
4.4.1	Estimativa dos Investimentos Fixos	42
4.4.2	Estimativa do faturamento da empresa	45
4.4.3	Estimativa dos Custos Fixos Mensal e Anual	50

4.4.4	Capital de Giro	51
4.4.5	Demonstrativo de Resultados do Exercício – DRE	52
4.4.6	Ponto de Equilíbrio.....	52
4.4.7	Avaliação estratégica	53
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
	REFERÊNCIAS.....	56
	APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL	57
	APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO	60
	APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS.....	63

1 INTRODUÇÃO

A culinária é uma expressão fundamental da identidade cultural de um povo, é uma arte que combina habilidades técnicas e criativas que ao final unidas criam pratos incríveis e satisfatórios. Além disso, é vista como uma forma de expressão cultural refletindo tradições, histórias e valores transmitidos ao longo das gerações. Nesse contexto, os restaurantes gastronômicos que se dedicam a oferecer comidas culturais desempenham um papel crucial na preservação e na difusão da diversidade culinária.

A partir disso este estudo teve como objetivo analisar as oportunidades e experiências proporcionada por um restaurante gastronômico especializado em comidas culturais na cidade de Tupã, explorando não apenas os aspectos sensoriais da gastronomia, mas também sua capacidade de promover o entendimento e a apreciação das diferentes culturas por meio da comida. E assim compreender como esse estabelecimento contribui para a valorização da diversidade cultural e para a construção de pontes entre as pessoas por meio do paladar.

Com o intuito de oferecer uma experiência gastronômica singular, o Restaurante Atlas surge para apresentar pratos típicos do Brasil, Colômbia, Arabia e México em um ambiente inovador e acolhedor para as famílias de Tupã e região. Na cidade, identificou-se a oportunidade de um empreendimento diferenciado na área da gastronomia, graças à exclusividade oferecida.

Em consideração a isso, este trabalho tem como problematização: Qual a viabilidade da abertura de um restaurante com gastronomia cultural, com enfoque na culinária típica de quatro países pré-definidos no município de Tupã/SP? Para responder essa questão nosso objetivo geral foi avaliar a viabilidade da abertura do restaurante com este foco cultural na cidade.

Ao analisarmos o mercado gastronômico no geral, principalmente da cidade de tupã, notamos que apesar de ter alguns restaurantes na cidade nenhum possui essa proposta inovadora de oferecer um cardápio que contenha comidas típicas do Brasil,

Colômbia, Arabia e México, sendo assim uma proposta de restaurante cultural não existente na região com um grande potencial positivo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 História da culinária

A culinária é uma arte que combina habilidades técnicas, criatividade e conhecimento para criar pratos incríveis e satisfatórios. Além disso, é vista como uma forma de expressão cultural e um modo de conexão entre pessoas. (UNIT, 2023)

Gastronomia Brasileira: No período colonial, a gastronomia no Brasil teve início com a fusão das culturas indígena, africana e portuguesa. Essa combinação desempenhou um papel fundamental na criação da nossa culinária. Contudo, foi somente após a Independência que a gastronomia brasileira se consolidou. (UNIT, 2021)

Gastronomia Colombiana: A gastronomia colombiana é marcada pela riqueza de suas regiões, que se beneficiam da posição estratégica e especial do país. A variedade do solo, do clima e dos saberes tradicionais de cada localidade tornam a culinária da Colômbia um menu abundante e diversificado, capaz de agradar até os paladares mais exigentes em busca de novas experiências cheias de sabor e tradição ao redor do globo. Esses elementos únicos estão progressivamente conquistando a atenção dos viajantes. Assim como o povo colombiano, suas tradições, festividades, paisagens e expressões culturais, a culinária colombiana é igualmente diversificada e vibrante. (TRAVEL3, 2022)

Culinária Mexicana: Os pratos tradicionais mexicanos evoluíram a partir das tradições culturais das civilizações pré-colombianas, especialmente dos astecas, que também incorporaram certos hábitos dos colonizadores espanhóis no século XVI,

incluindo o uso de especiarias. Em geral, a culinária mexicana se destaca por sabores intensos, com condimentos típicos que caracterizam a comida do país. Embora a maioria dos ingredientes tenha origem pré-colombiana, ao longo do tempo foram adicionadas misturas que enriqueceram a diversidade gastronômica mexicana. (SOCILINK, 2021)

Culinária árabe: tem suas raízes profundamente entrelaçadas com os ingredientes nativos da região do Oriente Médio. Antes do surgimento do Islã no século VII, a Península Arábica era habitada por várias tribos nômades e sedentárias, cujas principais atividades econômicas eram a pecuária, a agricultura e o comércio. Desde tempos antigos, elas têm cultivado uma variedade de ingredientes típicos que formam sua base entre elas: Frutas, óleos e Grãos, Carnes e Aves, Vegetais, Ervas, Oleaginosas. Com o surgimento do Islã (610 d.C.) e o estabelecimento de um sistema de escrita mais desenvolvido, a história e a cultura árabes passaram a ser mais documentadas. Em 632 d.C., a expansão islâmica sob os califas, conquistou rapidamente territórios no Oriente Médio, Norte da África e Península Ibérica, aumentando ainda mais o comércio de itens e o intercâmbio cultural e gastronômico dos povos da região com o restante do mundo. (PRATICA, 2023)

2.2 Tendências do mercado

A tendência de mercado para um restaurante gastronômico cultural pode ser bastante promissora, já que cada vez mais surgem pessoas interessadas em experiências autênticas e significativas, os consumidores estão buscando cada vez mais algo que vá além de uma simples refeição.

Apostar em um cardápio autêntico e diferenciado, apresentando a cultura de quatro países diferentes acaba despertando a curiosidade do público, atraindo-os até o local. Atualmente, o marketing é o maior aliado para o crescimento de qualquer estabelecimento, e uma boa divulgação atrai aqueles que sempre estão conectados nas redes sociais, e até mesmo pessoas de outras cidades e regiões.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

A pesquisa seguirá uma estratégia baseada em dados e gráficos, buscando validar as hipóteses propostas e coletar informações essenciais. Esta abordagem quantitativa utilizará métodos como observação, questionários, entrevistas e análises. Além disso, também será considerada uma análise qualitativa, que se aprofundará nos resultados por meio de interpretações e percepções. O primeiro passo é identificar e descrever o problema, que muitas vezes envolve elementos subjetivos como sensações, pensamentos, opiniões, sentimentos e percepções.

Quadro 1- Síntese para estruturação do método científico

Síntese para estruturação do método científico	
Critérios de classificação	Atributos metodológicos
Tipo de conhecimento	O conhecimento que é buscado para a realização do projeto é científico. Pois foi analisado vários tipos de bibliografias, sites e artigos para que fosse possível entender o assunto.
Natureza da pesquisa	A natureza do projeto é aplicada, pois tem a finalidade de aplicar os conceitos no mundo real.
Objetivo	O objetivo é exploratório que busca explorar um problema e conhecer o contexto real do mercado. A pesquisa também é descritiva que visa descrever em detalhes o plano de negócio.
Abordagem	A abordagem do projeto é a quali-quantitativa, ou seja, queremos que o projeto tenha qualidade e também uma estatística e todos que encaixam na questão numérica.

Técnicas e ferramentas de coleta de dados	A técnica usada para recolher dados dos clientes seria um questionário online, como google forms.
Amostra	Um total de 67 pessoas participaram da pesquisa.
Objeto de análise	O objetivo é analisar a viabilidade da abertura do restaurante. Baseando-se através dos comentários dos clientes.
Foco de análise	Análise por meio da estruturação de um plano de negócio com o objetivo de identificar se é viável a abertura do restaurante Atlas no município de Tupã/SP.
Sujeito de análise	Nossos clientes são pessoas física de todas as faixas etárias.
Forma de análise dos dados obtidos	Será analisado de forma de gerar gráficos.
	Análise dos dados de pesquisa de mercado por meio de estatística
	Análise das estratégias por meio das ferramentas SWOT e CANVAS. Análise financeira
	Descritiva.
	Subjetiva.

Fonte: Elaborado pelos autores

Quanto aos procedimentos metodológicos:

Nossa coleta e análise de dados se dará a partir de formulários online que será compartilhado aos nossos potenciais clientes, com o intuito de nós ajudar a compreender melhor nosso público e suas preferencias

3.1 Cronograma

Quadro 2 - Cronograma

Etapas	Meses					
	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Introdução	■					
Revisão de Literatura		■				
Plano de Negócios		■				
Fonte de Recursos		■				
Análise de Mercado		■				
Pesquisa de Mercado		■	■			
Plano Operacional				■		
Plano Financeiro					■	
Avaliação Estratégica					■	
Apresentação						■

Fonte: Elaborado pelos autores

4 PLANO DE NEGÓCIOS

Trata-se de um registro que detalha os propósitos de uma empresa de forma escrita, junto com as ações necessárias para alcançá-los, visando minimizar os riscos e incertezas. Com um plano de negócio, é possível reconhecer e evitar possíveis equívocos de antemão, em vez de cometê-los durante a atuação no mercado. (SEBRAE, 2013)

4.1 Descrição da Empresa

Nome da Empresa: ATLAS Grupo Gastronômico LTDA

Nome Fantasia: ATLAS restaurante

CNPJ: 23.850.159/0001-24

Missão da empresa: Oferecer uma experiência gastronômica autêntica e enriquecedora, celebrando a diversidade cultural através dos sabores de quatro países distintos. Nosso objetivo é conectar pessoas com o mundo por meio da culinária, promovendo o respeito, a inclusão e a valorização das tradições culturais.

Visão da empresa: Ser reconhecido como um ponto de referência cultural e gastronômico, onde clientes de todas as partes do mundo possam explorar e apreciar a riqueza e a diversidade culinária global, contribuindo para um entendimento mais profundo entre as culturas.

Setor de Atividade: O restaurante ATLAS opera no setor de Serviços, especificamente na área de Gastronomia, o foco do restaurante é oferecer uma experiência gastronômica multicultural, destacando-se pela autenticidade e qualidade dos pratos de quatro países diferentes. O objetivo principal é proporcionar aos clientes uma viagem culinária através dos sabores e tradições de diversas culturas, criando uma conexão emocional e sensorial com cada refeição, focando também em um atendimento excepcional, proporcionando um ambiente acolhedor e sofisticado, onde a hospitalidade é tão importante quanto a comida servida

Forma Jurídica: O restaurante ATLAS será registrado como uma Sociedade Limitada (LTDA).

Enquadramento Tributário: A empresa será enquadrada no Simples Nacional, um regime tributário simplificado destinado a micro e pequenas empresas no Brasil.

Dados dos fundadores

Quadro 3 – Fundador 01

Fundador 01
Nome: Ana Julia Timoteo Quelé

Endereço: avenida rosas	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: Anaju@email.com	Telefone:14 99888-0099

Fonte: elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 01: Gerente de Marketing – Auxiliar Administrativo

Quadro 4 – Fundador 02

Fundador 02	
Nome: Lahena Vitória Da Cruz Silva	
Endereço: Avenida Tamoios	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: Lahena@email.com	Telefone:14 99888-9900

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 02: Gerente de Produção - Auxiliar Administrativo

Quadro 5 – Fundador 03

Fundador 03	
Nome: Laura Beatriz Rocha Ferreira	
Endereço: Avenida Rosas	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: Laura@email.com	Telefone: 14 99899-0088

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 03: Gerente Geral – Auxiliar Administrativo

Quadro 6 – Fundador 04

Fundador 04	
Nome: Maria Gabriela Rodrigues	
Endereço: Avenida Rosas	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: Maria@hotmail.com	Telefone: 14 99899-8800

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 04: Gerente de compras e vendas - Auxiliar Administrativo

Quadro 7 – Fundador 05

Fundador 05	
Nome: Tainah Cristina Mariano Ribeiro	
Endereço: Avenida Tamoios	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: Tainah@hotmail.com	Telefone: 14 99986-8845

Fonte: Elaborado pelos autores

Atribuição e Formação do Fundador 05: Gerente Financeiro – Auxiliar Administrativo

Capital Social

Quadro 8 - Nomes do Fundador

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Ana Julia Timoteo Quelé	R\$ 200.000,00
Lahena Vitória Da Cruz Silva	R\$ 200.000,00
Laura Beatriz Rocha Ferreira	R\$ 200.000,00
Maria Gabriela Rodrigues	R\$ 200.000,00
Tainah Cristina Mariano Ribeiro	R\$ 200.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores

4.2 Fonte de Recursos

Para início das atividades do Atlas contará com recursos próprios, capital necessário para abertura da empresa, sendo no valor total investido de 1.000,000,00 (um milhão de reais) cada sócio investirá 200,000,00 (duzentos mil reais) para aquisição de todos os equipamentos, móveis, imóvel e ingredientes necessários para elaboração dos pratos.

4.3 Análise de Mercado

4.3.1 Análise dos Clientes

Nosso restaurante atenderá apenas pessoas físicas. O perfil, comportamento e interesses dos nossos consumidores incluem: Pessoas de diversas idades, porém regularmente predomina adultos, jovens e pessoas de meia-idade, com nível educacional médio a alto e renda variável. De acordo com a pesquisa os indivíduos

apresentam comportamento por uma buscar em novidades, gostam de experimentar novos sabores como pratos gastronômicos, apreciam a valorização de espaços que ofereçam uma experiência completa que incluem ambiente temático e atendimento diferenciado. Outra característica dos clientes é o interesse em aprender e conhecer sobre diferentes culturas e tradições através da gastronomia. O Mercado de atuação que o restaurante atuará focará principalmente na região de Tupã, as refeições serão consumidas no próprio estabelecimento, porém também terá à disposição os serviços de delivery.

4.3.2 Análise dos Concorrentes

Quadro 09 - Análise dos Concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Bongo Tex mex-Bauru/SP	4.5 estrelas	R\$ 40,00 a 200,00	Todas as formas de pagamento.	Muito bom	Refeição no local, para viagem, entrega, pratos veganos, serve pratos para happy hour, Wi-Fi.
Água doce cachaçaria-Tupã/SP	4.7 estrelas	R\$ 40,00 a + 200,00	Todas as formas de pagamento.	Muito bom	Serve pratos para happy hour, serve pratos vegetarianos, tem música ao vivo.

Costelão do Baiano- Tupã/SP	4.4 estrelas	R\$ 20,00 a 100,00	Todas as formas de pagamento.	Bom	Tem buffet à vontade, serve pratos para happy hour, bom para assistir a esportes.
Patacón Pisao-São Paulo	4.8 estrelas	R\$ 20,00 a 100,00	Todas as formas de pagamento.	Muito bom	Delivery e ambiente climatizado.
Tandoor- São Paulo	4.5 estrelas	R\$ 75,00 a 100,00.	Pluxee	Bom	Serve pratos veganos, tem cadeirinhas altas.
Esfiha imigrantes – São Paulo	4.5 estrelas	R\$ 30,00 a 71,00	Todas as formas de pagamento.	Muito bom	Serviço de mesas, estacionamento privativo, acesso para cadeirantes.
Esfiha Vergueiro - São Paulo	4.5 estrelas	R\$ 30,00 a 200,00	Todas as formas de pagamento.	Bom	Tem mesas externas, Entrega, tem Wi-Fi.

Fonte: Elaborado pelos autores

Conclusão da Análise dos Concorrentes: A pesquisa de concorrência revelou uma ampla variedade de opções restaurantes culturais na região, abrangendo diferentes faixas de preço. Os preços médios dos restaurantes variam consideravelmente, indo de opções mais acessíveis, com média de preço entre 20,00 a 60,00, até opções mais caras, com média de preço entre 75,00 a +200,00. No geral, os estabelecimentos apresentam avaliações positivas, com notas acima de 4,4 em uma escala de 5, indicando uma boa qualidade geral na oferta gastronômica. Destaca-se também a variedade de serviços, com alguns restaurantes oferecendo uma faixa de preço mais ampla, adequando-se a diferentes ocasiões e preferências dos clientes. Exemplo a Água Doce Cachaçaria que oferece uma faixa de preço mais vasta, indicando essas possíveis opções para as diferentes ocasiões, desde refeições mais simples até experiências gastronômicas mais sofisticadas. Em resumo, a pesquisa revela quão dinâmico e vibrante é o mercado gastronômico escolhido por nós, com opções para todos os gostos e bolsos.

4.3.3 Análise dos Fornecedores

Quadro 10 - Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Super Gás Tupã	Gás de cozinha	R\$115,00	Cartão, pix e em dinheiro	Duas vezes na semana	Tupã-SP
2	Armazém Terra Verde	Temperos em geral	R\$65,00	Cartão, pix e em dinheiro	Semanalmente	Tupã-SP
3	Casa de Carnes Arruda	Carne vermelha, suína, frango e linguiça	R\$270,00	Cartão, pix e em dinheiro	Semanalmente	Tupã-SP
4	Ovos Gema Caipira	Ovos	R\$24,00	Cartão, pix e em dinheiro	Semanalmente	Tupã-SP
5	Supermercado Gaspar	Mantimentos básicos	R\$450,00	Cartão, pix e em dinheiro	Semanalmente	Tupã-SP

6	Atacadão Marília	Bebidas	R\$ 584,40	Cartão e em dinheiro	A cada duas semanas	Marília-SP
7	Varejão Mairinky	Frutas, legumes e verduras	R\$100,00	Cartão, pix e em dinheiro	Semanalmente	Tupã-SP

Fonte: Elaborado pelos autores

Após realizamos uma pesquisa detalhada dos fornecedores considerados, concluímos que a seleção de um parceiro estratégico deve ser fundamentada em critérios que garantam não apenas a qualidade dos produtos e serviços, mas também a confiabilidade e a capacidade de atender as nossas demandas específicas. A análise revelou que fornecedores da região seriam a melhor escolha, pois facilitariam o fornecimento conforme surgissem necessidades.

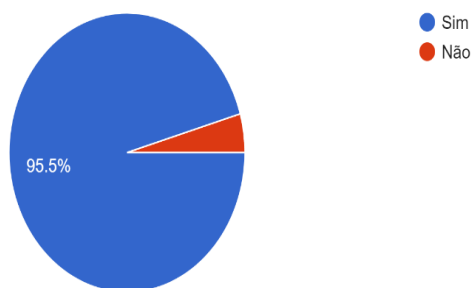
4.3.4 Pesquisa de Mercado

Realizamos uma pesquisa de mercado através do Google Forms, para verificar a viabilidade da abertura do restaurante Atlas. Além disso, buscou-se com a pesquisa entender qual a preferência do público. Contamos com a participação de pessoas, sendo elas do município de Tupã e região.

Gráfico 1 - Países

1- Tem curiosidade de provar comidas típicas de outros países?

67 responses

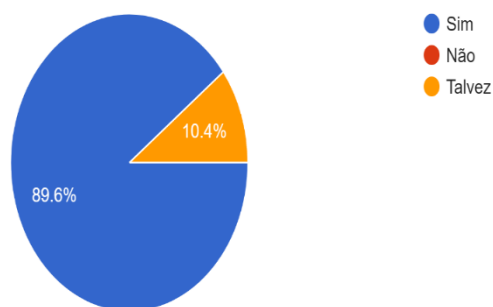


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 2 - Frequentaria o local.

2- Iria em um restaurante que serve comidas de países diferentes?

67 responses

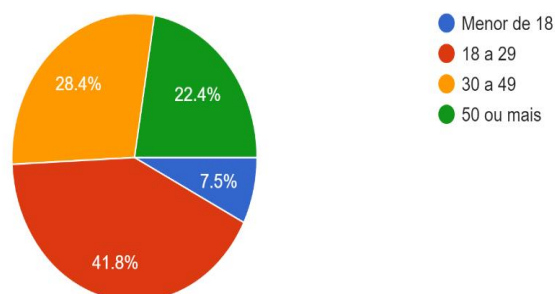


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 3 - Faixa Etária.

3- Qual a sua idade?

67 responses

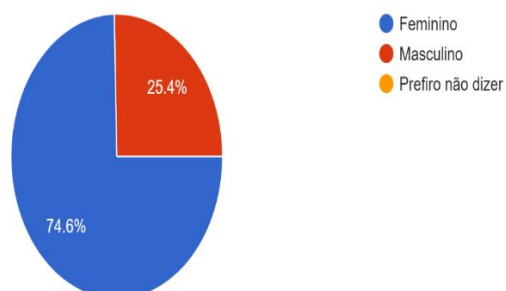


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 4 - Sexo

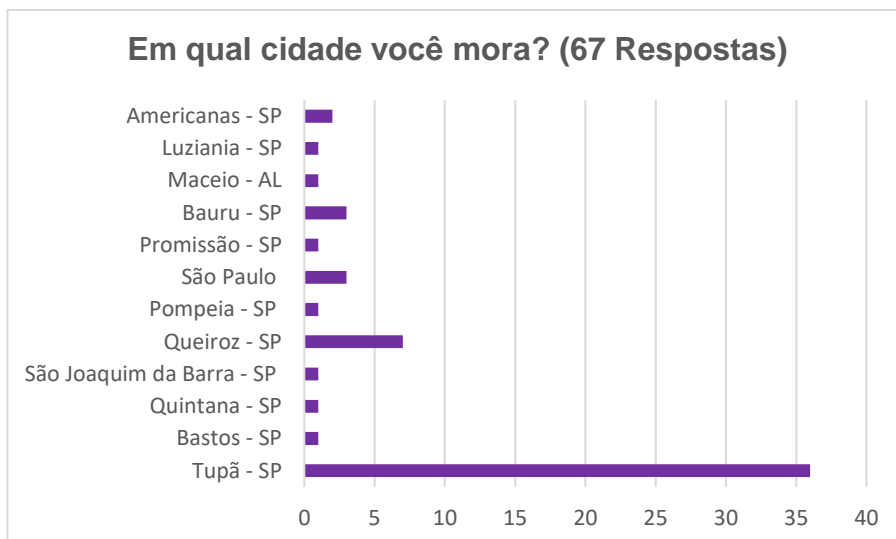
4- Gênero

67 responses



Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 5 – Onde Residem

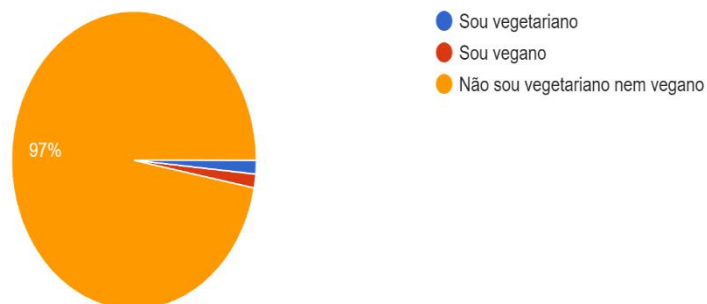


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 6 - Vegetariano ou vegano.

6- É vegetariano ou vegano?

67 responses

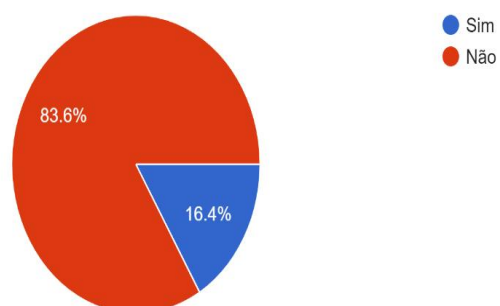


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 7 – Restrições alimentares

7- Possui alguma restrição alimentar (alergias alimentares ou intolerâncias)?

67 responses

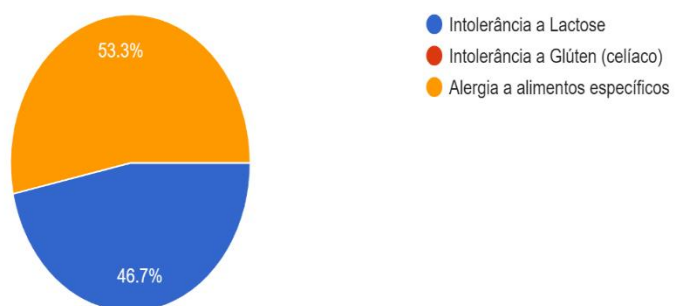


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 8 – Quais restrições alimentares.

8- Se possui restrições alimentares, quais são elas?

15 responses

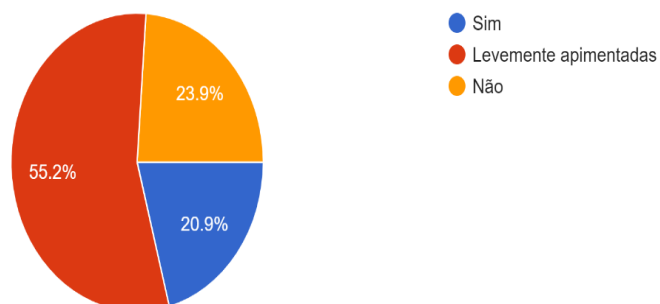


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 9 – Comidas apimentadas

9- Gosta de comidas apimentadas?

67 responses

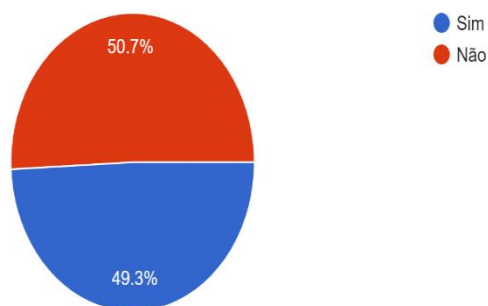


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 10 – Bebidas alcoólicas.

10- Consome bebidas alcoólicas?

67 responses

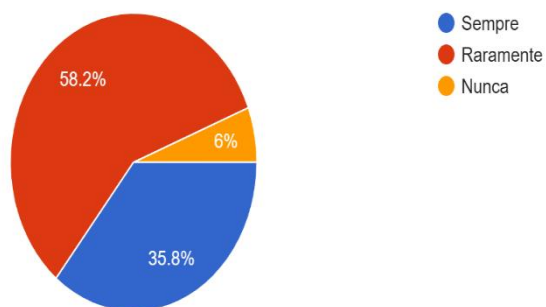


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 11 – Frequência que o público sai para comer fora.

11- Sai para comer fora com qual frequência?

67 responses

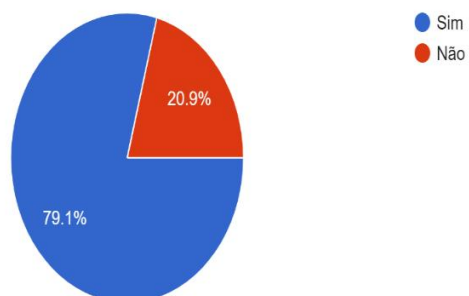


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 12 – Musicas ao vivo.

12- Gosta de ambientes com música ao vivo?

67 responses

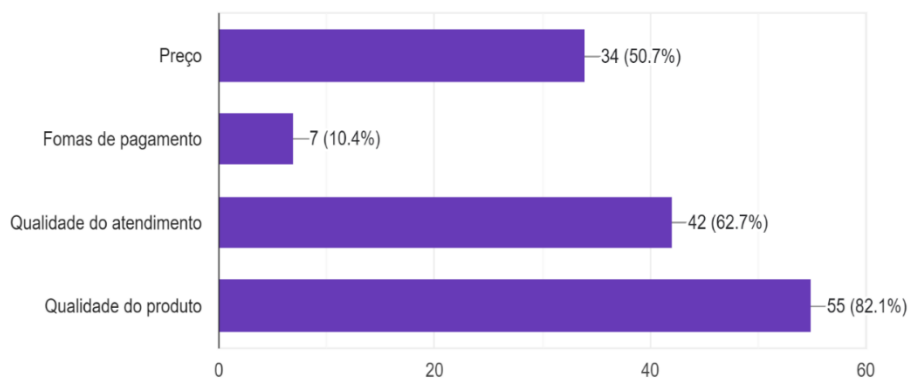


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 13 - Fator que os levam a sair de suas casas para comer fora.

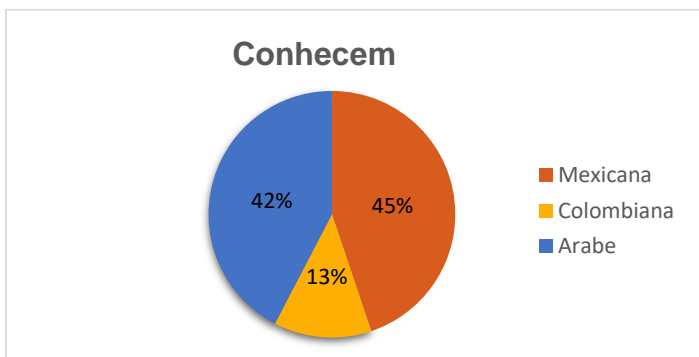
13- Na maioria das vezes o que te faz comprar ou sair para comer em um restaurante?

67 responses

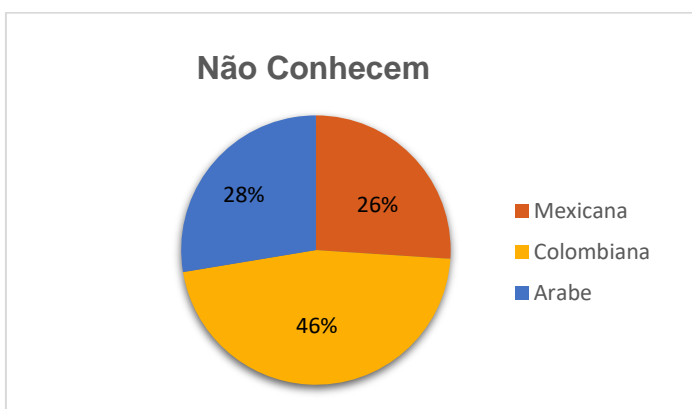


Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 14 – Culinária mais conhecida.



Fonte: Elaborado pelos autores



Fonte: Elaborado pelos autores

4.3.5 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Feijoada: é um prato brasileiro tradicionalmente feito com feijão preto e uma variedade de carnes salgadas, como carne seca, costela, linguiça e paio. Seus acompanhamentos clássicos incluem arroz branco, farofa, couve refogada, laranja fatiada e, em algumas regiões, torresmo crocante. A combinação de sabores é única: o sal das carnes contrasta com a suavidade do feijão e a acidez das laranjas, resultando em um prato robusto e equilibrado. A feijoada é normalmente servida em tigelas ou pratos fundos, onde o feijão e as carnes são dispostos no centro, cercados pelos acompanhamentos, que podem vir no mesmo prato ou em recipientes separados. Para viagens, o prato é embalado em recipientes térmicos ou de alumínio, muitas vezes biodegradáveis ou reutilizáveis, preservando o calor e o frescor dos ingredientes. O consumo ideal da feijoada é quente, acompanhada de molho de pimenta e vinagre. Para garantir a melhor experiência, o prato deve ser apreciado logo após o preparo, mantendo assim as texturas das carnes e a cremosidade do feijão no ponto certo.

Kafta recheada: é uma variação deliciosa da tradicional kafta, que é um prato típico do Oriente Médio feito com carne moída temperada e moldada em espetos. Essa modelagem pode ser feita à mão ou em espetos de madeira ou metal. A versão recheada adiciona um toque especial ao incluir um recheio saboroso no interior da carne. A base da kafta é a carne moída, que é temperada com uma combinação de especiarias, como cominho, pimenta síria, cebola picada, alho e salsa. Algumas receitas também podem incluir pinhões ou outros ingredientes para dar um toque especial. A kafta pode ser grelhada na churrasqueira, assada no forno ou frita em uma frigideira. O método de cozimento pode variar conforme a região e a preferência pessoal. Em relação ao acompanhamento é comum servir esse prato com arroz, lentilhas, saladas frescas (como tabule), pão pita e molhos como tahine ou molho de iogurte. Seu sabor é conhecido por ser intenso e aromático, além de uma textura suculenta devido ao tempero e ao método de cozimento. Existem diversas variações

regionais da kafta, incluindo diferenças nos temperos e acompanhamentos, refletindo a rica diversidade da culinária árabe.

Bandeja Paisa: é um prato tradicional da Colômbia, composto por uma variedade de ingredientes que refletem a culinária típica local. O prato inclui feijão, arroz, carne moída ou de porco desfiada, torresmo crocante, chorizo, ovo frito, banana-da-terra frita, arepa, abacate e, em algumas versões, morcela. Essa combinação oferece uma experiência rica em sabores e texturas, com o contraste entre o crocante do torresmo, a suavidade do feijão e a maciez das carnes. A apresentação é feita em um prato grande, com todos os ingredientes dispostos de forma harmoniosa e vistosa, destacando as cores vibrantes e as diferentes texturas de cada componente. A organização dos elementos no prato busca realçar a estética e a abundância do prato. Para entrega, a bandeja paisa é embalada em recipientes grandes com divisórias, garantindo que cada componente preserve suas características originais. As embalagens costumam ser térmicas ou biodegradáveis, mantendo o frescor e a temperatura dos alimentos. O consumo ideal é quente, permitindo que cada elemento seja apreciado separadamente ou em combinações. O prato costuma ser acompanhado por suco de maracujá ou uma cerveja local, complementando os sabores robustos e autênticos dessa refeição tradicional.

Burrito Mexicano: é composto por uma tortilla de trigo macia, recheada com uma combinação de carne (boi, frango ou porco), feijão, arroz, queijo, guacamole, sour cream, alface e salsa. Os ingredientes podem variar conforme a região ou o gosto do cliente, permitindo uma grande versatilidade no preparo. O resultado é uma mistura de sabores que combinam a suculência das carnes, a cremosidade dos molhos e a leve picância das especiarias. A textura do burrito é macia por fora, com um interior que combina diferentes sensações: suculento, cremoso e levemente picante, conforme os ingredientes utilizados. É servido de forma compacta, enrolado para facilitar o consumo com as mãos, e pode ser apresentado inteiro ou cortado ao meio, dependendo da ocasião.

4.3.6 Preço

PRATO	PREÇO	FORMAS DE PAGAMENTO
Feijoada	R\$ 45,50	Todas as formas de pagamento
Kafta Recheada	R\$ 38,50	Todas as formas de pagamento
Bandeja Paisa	R\$ 32,50	Todas as formas de pagamento
Burrito Mexicano	R\$ 36,50	Todas as formas de pagamento

Fonte: Elaborado pelos autores

4.3.7 Estratégias Promocionais

O Atlas Restaurante terá como principal estratégia promocional o uso do Instagram, aproveitando seu grande alcance e interação para atrair e envolver clientes na cidade de Tupã. Serão feitas postagens frequentes com fotos e vídeos de alta qualidade, destacando o cardápio, os bastidores da cozinha, experiências culturais e depoimentos de clientes satisfeitos, utilizando hashtags locais e interagindo com influenciadores regionais. Além do Instagram, outros meios como Facebook, propagandas em rádios locais e distribuição de panfletos pela cidade serão usados para ampliar o alcance. de Tupã incluirão degustações do cardápio, atraindo novos públicos e consolidando a imagem do restaurante na região, os visitantes vivenciarão uma experiência única, observando a preparação dos pratos enquanto aprendem sobre sua cultura, criando memórias inesquecíveis e fortalecendo o vínculo emocional com. uma marca

Figura 1-Logo e imagens de redes sociais



Fonte: Elaborado pelos autores

4.3.8 Estrutura de Comercialização

A identidade e o conceito do restaurante são fundamentais para a estrutura de comercialização, refletindo uma cultura específica através da decoração, do cardápio e da música do ambiente. O cardápio é um dos principais atrativos do local, oferecendo pratos típicos que representem as culturas em destaque, preparados com ingredientes autênticos e receitas tradicionais.

O ambiente do restaurante proporciona uma experiência única ao cliente. A decoração temática de cada país leva o público a uma viagem divertida sem gastar muito. Atividades culturais, como noites de música ao vivo serão organizadas para engajar os clientes e criar uma atmosfera imersiva. O atendimento deve ser personalizado, com a equipe treinada para oferecer uma recepção calorosa que reflita os valores da cultura, e também com a opção delivery para quem não quer sair do conforto de suas residências.

As estratégias de marketing são essenciais para atrair o público, um site atraente e perfis ativos nas redes sociais ajudam a divulgar e comercializar o restaurante

4.3.9 Localização da Empresa

Quadro 11 – Localização da empresa

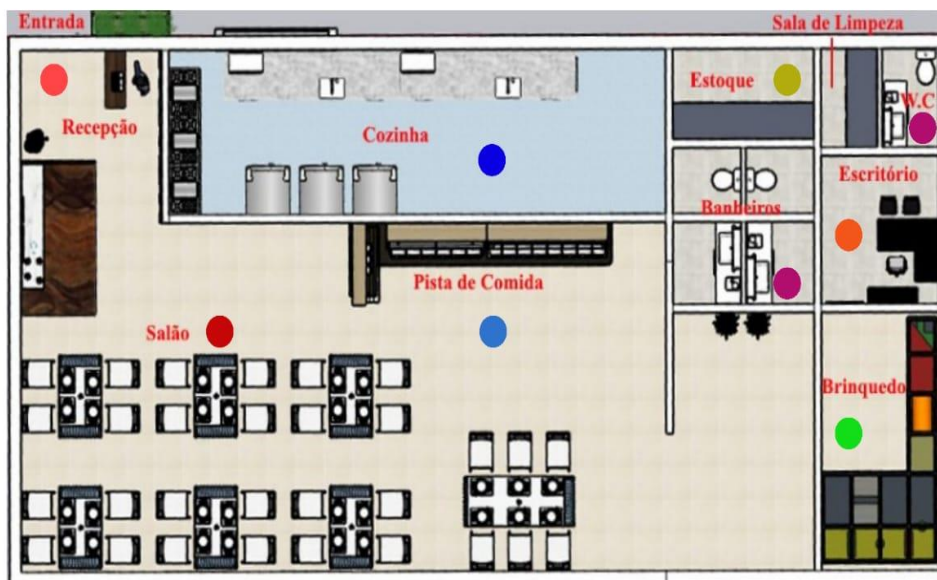
Endereço da Empresa: Avenida Tamoios	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: (14)2405-7108	

Fonte: Elaborado pelos autores

A localização foi escolhida pelos próprios sócios, pois uma avenida central oferece uma alta visibilidade e acessibilidade, que são cruciais para atender o perfil de clientes o qual a pesquisa revelou, e por ser próximo de outros pontos comerciais, a movimentação constante de pessoas nesta área tanto de pedestres quanto de veículos, aumentando a exposição do restaurante, potencializando as chances de captar uma clientela diversificada, trabalhadores e turistas, criando a oportunidade de se tornar um ponto de parada popular para refeições e encontros sociais.

4.3.10 Layout

Figura 2 – Layout



- Recepção
- Salão
- Pista de comida
- Cozinha
- Estoque
- Banheiro
- Escritório
- Brinquedos

Fonte: Elaborada pelos autore

4.3.11 Capacidade Produtiva

Quadro 12 - Capacidade Produtiva

Capacidade de produção	Semanalmente	Mensalmente	Anualmente
Feijoada	60	180	2160
Kafta recheada	65	195	2340
Burrito	55	165	1980
Bandeja paisa	40	120	1440

Fonte: Elaborado pelos autores

4.3.12 Necessidade de Pessoal

Quadro 13 - Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Cozinheira	Preparar os pratos de acordo com o cardápio da empresa	Profissional qualificado na área de gastronomia, com curso técnico.
Auxiliar de cozinha	Auxiliar nas atividades diárias da cozinha	Profissional com ensino médio
Auxiliar de limpeza	Efetuar a limpeza local da empresa	Profissional com ensino médio
Garçons	Atender os clientes em geral	Profissional com ensino médio completo e curso de garçom

Fonte: Elaborado pelos autores

4.4 Plano Financeiro

4.4.1 Estimativa dos Investimentos Fixos

A – Máquinas e equipamentos – Produção / Prestação de serviço

Tabela 1- Máquinas e equipamentos

Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
FRITADEIRA	1,00	R\$ 400,40	R\$ 400,40
GELADEIRA COMERCIAL	1,00	R\$ 5.117,20	R\$ 5.117,20
CHAPA A GÁS	1,00	R\$ 1.113,20	R\$ 1.113,20
REFRIGERADOR EXPOSITOR	1,00	R\$ 9.640,40	R\$ 9.640,40
EXTRATOR DE SUCO	1,00	R\$ 470,60	R\$ 470,60
LIQUIDIFICADOR COMERCIAL	1,00	R\$ 827,20	R\$ 827,20
BATEDEIRA PLANETARIA	1,00	R\$ 4.210,80	R\$ 4.210,80
FORNO ELETRICO	1,00	R\$ 1.768,80	R\$ 1.768,80
FOGÃO 8 BOCAS	1,00	R\$ 2.692,80	R\$ 2.692,80
TOTAL			R\$ 26.241,40

Fonte: Elaborado pelos autores

B – Móveis e utensílios
Tabela 2 - Móveis e utensílios
Móveis e utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
PRATOS	50,00	R\$ 11,29	R\$ 564,48
GARFOS	50,00	R\$ 11,29	R\$ 564,50
COPO CYLINDER	48,00	R\$ 3,33	R\$ 160,07
MESA E CADEIRAS JOGO COM 4 CADEIRAS	25,00	R\$ 794,65	R\$ 19.866,25
UTENSILIOS 13 PÇS	2,00	R\$ 189,90	R\$ 379,80

PC CAIXA	1,00	R\$ 2.239,00	R\$ 2.239,00
PANELAS 30 PÇS	1,00	R\$ 849,90	R\$ 849,90
BANDEJA	2,00	R\$ 96,00	R\$ 192,00
TRAVESSAS DIVERSAS 7 PÇS	4,00	R\$ 106,80	R\$ 427,20
MESA E CADEIRAS JOGO COM 4 CADEIRAS	1,00	R\$ 773,50	R\$ 773,50
BALCÃO POLAR DE ENCOSTO	1,00	R\$ 4.659,60	R\$ 4.659,60
TOTAL			R\$ 30.676,30

Fonte: Elaborado pelos autos

4.4.2 Estimativa do faturamento da empresa

Tabela 3 - Estimativa do faturamento da empresa

ESTIMATIVA DE VENDAS NO 1º ANO											
ANO	MESES	Feijoada		Kafta recheada		Bandeja Paisa		Burrito mexicano		QUANTIDADE VENDIDA	FATURAMENTO
		Vendas	preço	vendas	preço	vendas	preço	vendas	preço		
			R\$ 45,50		R\$ 38,50		R\$ 32,50		R\$ 36,50		
2024	Janeiro	101	R\$ 4.595,50	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	621	R\$ 23.495,50
2024	Fevereiro	120	R\$ 5.460,00	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	640	R\$ 24.360,00
2024	Março	178	R\$ 8.099,00	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	698	R\$ 26.999,00
2024	Abril	176	R\$ 8.008,00	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	696	R\$ 26.908,00
2024	Maio	210	R\$ 9.555,00	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	730	R\$ 28.455,00

2024	Junho	387	R\$ 17.608,50	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	907	R\$ 36.508,50
2024	Julho	325	R\$ 14.787,50	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	845	R\$ 33.687,50
2024	Agosto	271	R\$ 12.330,50	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	791	R\$ 31.230,50
2024	Setembro	149	R\$ 6.779,50	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	669	R\$ 25.679,50
2024	Outubro	164	R\$ 7.462,00	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	684	R\$ 26.362,00
2024	Novembro	229	R\$ 10.419,50	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	749	R\$ 29.319,50
2024	Dezembro	202	R\$ 9.191,00	200	R\$ 7.700,00	120	R\$ 3.900,00	200	R\$ 7.300,00	722	R\$ 28.091,00
TOTAL		2512	R\$ R\$114.296,00	2400	R\$ 92.400,00	R\$ 1.440,00	R\$ 46.800,00	2400	R\$ 87.600,00	8752	R\$ 341.096,00

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 4 – Produto 1 Custo unitário de matéria-prima

CUSTOS DE MATÉRIA PRIMA (POR UNIDADE)			
FEIJOADA (300G)			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
GRÃOS	1	R\$ 1,99	R\$ 1,99
CARNES	1	R\$ 7,40	R\$ 7,40
LEGUMES	1	R\$ 4,58	R\$ 4,58
PROCESSADOS	1	R\$ 3,28	R\$ 3,28
TOTAL			R\$ 17,25

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 5 – Produto 2 Custo unitário de matéria-prima

KAFTA RECHEADA (250G)			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
GRÃOS	1	R\$ 1,29	R\$ 1,29
CARNE	1	R\$ 6,87	R\$ 6,87
NATURAIS	1	R\$ 2,52	R\$ 2,52
ESPECIARIAS	1	R\$ 3,52	R\$ 3,52
PROCESSADOS	1	R\$ 3,28	R\$ 3,28
TOTAL			R\$ 17,48

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 6 – Produto 3 Custo unitário de matéria-prima

BANDEIJA PAISA (250G)			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
GRÃOS	1	R\$ 1,61	R\$ 1,61
CARNES	1	R\$ 5,80	R\$ 5,80
NATURAIS	1	R\$ 3,27	R\$ 3,27
PROCESSADOS	1	R\$ 4,15	R\$ 4,15
TOTAL			R\$ 14,83

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 7 – Produto 4 Custo unitário de matéria-prima

BURRITO MEXICANO (250G)			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
GRÃOS	1	R\$ 2,32	R\$ 2,32
CARNES	1	R\$ 5,94	R\$ 5,94
NATURAIS	1	R\$ 3,75	R\$ 3,75
PROCESSADOS	1	R\$ 3,28	R\$ 3,28
PANIFICADOS	1	R\$ 0,81	R\$ 0,81
TOTAL			R\$ 16,10

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 8 – Estimativa do custo variável

CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO			
DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL R\$
1. IMPOSTOS			

IMPOSTOS FEDERAIS			
SIMPLES	7,30%	R\$ 341.096,00	R\$ 24.900,01
IRPJ		R\$ 341.096,00	R\$ -
PIS		R\$ 341.096,00	R\$ -
COFINS		R\$ 341.096,00	R\$ -
CSLL		R\$ 341.096,00	R\$ -
IMPOSTOS ESTADUAIS			
ICMS		R\$ 341.096,00	R\$ -
IMPOSTOS MUNICIPAIS			
ISS- IMPOSTO SOBRE SERVIÇO		R\$ 341.096,00	R\$ -
SUBTOTAL 1			R\$ 24.900,01
2. GASTOS COM VENDAS			
COMISSÕES		R\$ 341.096,00	R\$ -
PROPAGANDA	0,15%	R\$ 341.096,00	R\$ 511,64
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	1,03%	R\$ 341.096,00	R\$ 3.513,29
SUBTOTAL 2			R\$ 4.024,93
TOTAL (SUBTOTAL 1 + 2)			R\$ 28.924,94
CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (POR UNIDADE)			R\$ 3,30

Fonte: Elaborado pelos autores

4.4.3 Estimativa dos Custos Fixos Mensal e Anual

Tabela 9 - Custo total mensal e anual

DESCRIÇÃO	CUSTO MENSAL (R\$)	CUSTO ANUAL (R\$)
Aluguel	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
Condomínio		R\$ -
IPTU	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Água	R\$ 320,00	R\$ 3.840,00
Energia Elétrica	R\$ 450,00	R\$ 5.400,00
Telefone	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Honorário do contador	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Pró-Labore	R\$ 4.000,00	R\$ 48.000,00
Manutenção dos equipamentos		R\$ -
Salários + Encargos	R\$ 10.433,85	R\$ 125.206,20
Material de limpeza	R\$ 299,00	R\$ 3.588,00
Material de escritório	R\$ 95,00	R\$ 1.140,00
Combustível		R\$ -
Taxas Diversas		R\$ -
Serviços de terceiros		R\$ -
Depreciação	R\$ 275,86	R\$ 3.310,37
Outras despesas	R\$ 280,00	R\$ 3.360,00
TOTAL	R\$ 17.653,71	R\$ 209.094,57
CUSTO FIXO (POR UNIDADE)		R\$ 23,89

Fonte: Elaborado pelos autores

4.4.4 Capital de Giro

Tabela 10 – Capital de Giro

CAPITAL DE GIRO	
CUSTO FIXO MENSAL	R\$ 17.653,71
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	R\$ 10.806,16
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	R\$ 28.459,88
CUSTO TOTAL DIÁRIO	R\$ 948,66
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO (em dias)	1
TOTAL	R\$ 948,66

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 11 - Descrição dos investimentos

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR (R\$)	(%)
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 56.917,70	55%
CAPITAL DE GIRO	R\$ 948,66	1%
INVESTIMOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 45.561,64	44%
TOTAL	R\$ 103.428,00	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 12 - Fontes de recursos

FONTES DE RECURSOS	VALOR (R\$)	(%)
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 1.000.000,00	100%
RECURSOS DE TERCEIROS		0%
OUTROS		0%
TOTAL	R\$ 1.000.000,00	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

Portanto, para a manutenção do negócio nos 12 primeiros meses será necessário investimento de R\$ 1.000.000,00 provenientes de 100% de recursos próprios e 0% de recursos de terceiros.

4.4.5 Demonstrativo de Resultados do Exercício – DRE

Tabela 13 - Demonstrativo de Resultados do Exercício – DRE

DESCRIÇÃO	R\$
RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 341.096,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$ 129.673,94
(-) CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS E/OU CMV (*)	R\$ 100.749,00
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS	R\$ 24.900,01
(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 4.024,93
SUBTOTAL	R\$ 211.422,06
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 211.422,06
CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 209.094,57
RESULTADO OPERACIONAL (LUCRO/PREJUÍZO)	R\$ 2.327,49

Fonte: Elaborado pelos autores

4.4.6 Ponto de Equilíbrio

Tabela 14 - Ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio	
Índice da Margem de Contribuição	0,62
Custo Fixo	R\$ 209.094,57

Total	R\$ 337.340,97
--------------	-----------------------

Fonte: Elaborado pelos autores

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$ 337.340,97 ao ano para cobrir todos os seus custos.

Tabela 15 - Prazo de retorno de Investimento

Prazo de retorno de Investimento	
Lucro Líquido	R\$ 2.327,49
Investimento Total	R\$ 102.479,34
Total	44,03

Fonte: Elaborada pelos autores

O prazo de retorno de Investimento - Payback é o indicador que diz exatamente quanto tempo a empresa retornará o dinheiro investido.

4.4.7 Avaliação estratégica

Quadro 14 - Avaliação estratégica

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)

Po nt os Fo rte s	<p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Culinária autêntica e diferenciada: oferecemos pratos únicos e tradicionais das culturas apresentadas que proporcionam uma experiência gastronômica memorável. • Ambiente acolhedor e temático: proporciona aos clientes um conhecimento sobre a cultura dos países através da decoração, música e atmosfera do restaurante. • Equipe qualificada: contamos com chefs talentosos e uma equipe comprometida em oferecer um serviço de excelência aos clientes. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expansão do público-alvo: atrair turistas que buscam experiências culturais autênticas e conquistar novos clientes locais interessados no cardápio autêntico. • Parcerias com instituições culturais: estabelecer parcerias com museus, centros culturais ou eventos na cidade para promover a culinária e atrair um público diversificado. • Participação em eventos gastronômicos: participar de festivais ou eventos gastronômicos para ampliar a visibilidade do restaurante, atraindo novos clientes.
Po nt os Fr ac os	<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incertezas: por causa do cardápio oferecido ser autêntico, pode acabar despertando incerteza no público. • Concorrência acirrada: os restaurantes da cidade já têm sua clientela fixa, com isso pode ser um pouco demorado a conquista de clientes. 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crise econômica: Instabilidade econômica que afeta o poder de compra dos consumidores e pode reduzir o número de visitantes ao estabelecimento. • Regulamentações sanitárias: Alterações nas normas sanitárias ou exigências governamentais podem impactar as operações do restaurante.

Fonte: Elaborado pelos autores

A análise SWOT revela uma série de oportunidades e desafios que podem moldar o sucesso do restaurante no mercado. As forças, como a oferta única de experiências gastronômicas autênticas e a capacidade de atrair um público diversificado, posicionam o restaurante como um destino atraente para os amantes da cultura e da culinária. No entanto, as fraquezas, como as incertezas e a concorrência acirrada devem ser abordadas para garantir a duração do negócio.

As oportunidades, incluindo parcerias e eventos culturais, oferecem novos caminhos para expandir a visibilidade e a clientela. Por outro lado, as ameaças, como a crise economia e regulamentações sanitárias podem impactar as operações do restaurante.

Manter atenção em todos esses requisitos são essenciais para o crescimento do restaurante

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A abertura de um restaurante gastronômico cultural em Tupã-SP é uma proposta que se alinha com a rica diversidade cultural e gastronômica da região, oferecendo uma oportunidade não apenas de negócios, mas também de valorização da identidade local. Tupã, conhecida por sua história e tradição, possui um potencial enorme para se tornar um polo gastronômico que atraia tanto moradores como turistas.

O trabalho desenvolvido para viabilizar essa iniciativa começou com uma análise detalhada do mercado local. Identificamos que, apesar de ter opções de alimentação, falta um espaço que una a gastronomia com a cultura de forma mais intensa. A proposta é criar um ambiente onde os sabores típicos da culinária brasileira, colombiana, árabe e mexicana se encontrem com elementos da cultura local, como música, arte e festividades. Isso não apenas enriquece a experiência do cliente, mas também promove a cultura dos países escolhidos.

Foi realizado pesquisas que demonstraram o crescente interesse por experiências gastronômicas autênticas e diferenciadas. O público está cada vez mais buscando locais que ofereçam não apenas boa comida, mas também um ambiente que conte uma história. O restaurante será projetado para refletir a cultura, utilizando ingredientes regionais e receitas tradicionais, além de promover eventos culturais regulares, como noites de música ao vivo e exposições de artistas locais.

A análise financeira também se mostrou promissora. Com base em estudos de viabilidade econômica, identificamos um retorno sobre investimento atrativo e um potencial significativo para crescimento no setor. O mercado gastronômico em expansão na cidade pode ser impulsionado por iniciativas como festivais gastronômicos

O trabalho desenvolvido mostra que a abertura de um restaurante gastronômico cultural em Tupã-SP é viável e promissora. Com uma proposta que une gastronomia, cultura local e sustentabilidade, este projeto não só contribuirá para o enriquecimento do cenário gastronômico da cidade, mas também fortalecerá laços comunitários e promoverá a valorização da identidade tupãense. Estamos empolgados com as possibilidades que esse empreendimento pode trazer.

REFERÊNCIAS

PRATICA, Blog. História da culinária árabe: sabores do oriente. 2023. Blog pratica. Disponível em: <https://blog.praticabr.com/historia-da-culinaria-arabe-sabores-do-oriente>. Acesso em: 30 ago. 2024.

UNIT. **O que é Gastronomia?** 2023. Unit. Disponível em: <https://www.unit.br/blog/o-que-e-gastronomia#:~:text=A%20culin%C3%A1ria%20%C3%A9%20uma%20arte,modo%20de%20conex%C3%A3o%20entre%20pessoas>. Acesso em: 09 maio 2024

SOCILINK. **Gastronomia Mexicana: Património Imaterial da Humanidade.** 2021. Socilink. Disponível em: <https://www.socilink.com/noticias/gastronomia-mexicana-patrimonio> Acesso em: 09 maio 2024.

UNIT. **Tradições unem o prazer da gastronomia a capítulos da história.** 2021. Unit. Disponível em: <https://portal.unit.br/blog/noticias/tradicoes-unem-o-prazer-da-gastronomia-a-capitulosdahistoria/#:~:text=A%20origem%20da%20gastronomia%20no,a%20gastronomia%20nacional%20se%20firmou>. Acesso em: 09 maio 2024.

TRAVEL3. **Gastronomia colombiana = cores + tradições + sabores.** 2022. TRAVEL3. Disponível em: <https://www.travel3.com.br/gastronomia/gastronomia-colombiana/>. Acesso em: 22 maio 2024.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.** 2013. SEBRAE. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 22 maio 2024.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA

1- Ana Júlia Timoteo Quelé, Brasileira, solteira, nascida em 31 de janeiro de 2005, estudante, portadora do CPF: 560.211.200-02 e do documento de identidade: 63.201.200-0, SSP/SP, residente e domiciliada na Avenida Rosas, 215, Centro, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, no CEP: 17.600-140, e,

2- Lahena Vitoria da Cruz Silva, Brasileira, solteira, nascida em 13 de abril 2004, estudante, portadora do CPF; 501.010.101-09 e do documento de identidade: 62.020.122-4, SSP/SP, residente e domiciliada na Avenida Tamoios, 215, Centro, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, no CEP: 17.600-140, e,

3- Laura Beatriz Rocha Ferreira, Brasileira, solteira, nascida em 23 de fevereiro de 2005, estudante, portadora do CPF: 500.210.220-01 e do documento de identidade: 61.210.111-1, SSP/SP, residente e domiciliada na Avenida Rosas, 215, Centro, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, no CEP: 17.600-140, e,

4- Maria Gabriela Rodrigues, Brasileira, solteira, nascida em 31 de agosto de 2006, estudante, portadora do CPF: 521.100.009-00 e do documento de identidade: 60.111.212-0, SSP/SP, residente e domiciliada na Avenida Rosas, 215, Centro, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, no CEP: 17.600-140, e,

5- Tainah Cristina Mariano Ribeiro, Brasileira, solteira, nascida em 13 de junho de 1997, estudante, portadora do CPF: 540.321.200-03 e do documento de identidade: 61.231.000-1, SSP/SP, residente e domiciliada na Avenida Tamoios, 215, Centro, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, no CEP: 17.600-140, e

Resolvem em comum acordo constituir uma sociedade empresarial limitada, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Atlas Restaurante e terá sede e domicílio na Avenida Tamoios, 1705, centro, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, no CEP: 17600-005.

2ª O capital social será de 1.000.000,00 (um milhão de reais), dividido em 200 quotas no valor nominal R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Ana Júlia Timoteo Quelé, 200 quotas de R\$ 200.000,00, totalizando R\$ 200.000,00

Lahena Vitoria da Cruz Silva, 200 quotas de R\$ 200.000,00, totalizando R\$ 200.000,00

Laura Beatriz Rocha Ferreira, 200 quotas de R\$ 200.000,00, totalizando R\$ 200.000,00

Maria Gabriela Rodrigues, 200 quotas de R\$ 200.000,00, totalizando R\$ 200.000,00

Tainah Cristina Mariano Ribeiro, 200 quotas de R\$ 200.000,00, totalizando R\$ 200.000,00.

3ª O objeto será comércio no seguimento de restaurante.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 7 de fevereiro de 2024 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade cabe restritamente à sócia Laura Beatriz Rocha Ferreira com os poderes e atribuições de representá-la ativa, passiva, judicial e extrajudicialmente, sempre na defesa dos interesses sociais, em questões trabalhistas, previdenciários, tributários, financeiros, comerciais e todos os demais atos necessários à gestão da sociedade, respondendo quando for o caso, pelos excessos que vier a cometer, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao Interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, vedado no entanto onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização dos outros sócios.

Parágrafo único. As procurações outorgadas em nome da sociedade, serão emitidas por prazo determinado, não sendo admitido o substabelecimento com exceção daquelas contendo poderes de natureza ad judicia, que serão por prazo indeterminado, com possibilidade de substabelecimento, devendo ser assinada pelo sócio administrador.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

10ª A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13ª O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14ª Fica eleito o foro de Tupã - São Paulo para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 5 vias.

Ana Julia Timoteo Quelé

Lahena Vitoria da Cruz Silva

Laura Beatriz Rocha Ferreira

Maria Gabriela Rodrigues

Tainah Cristina Mariano Ribeiro

Visto: _____ (OAB/SP)

APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO

1- Tem curiosidade de provar comidas típicas de outros países?

Sim: 95,5%

Não: 4,5%

2- Iria em um restaurante que serve comidas de países diferentes?

Sim: 89,6%

Não: 10,4%

3- Qual a sua idade?

Menor de 18: 7,5%

18 a 29: 41,8%

30 a 49: 28,4%

50 ou mais: 22,4%

4- Gênero?

Feminino: 74,6%

Masculino: 25,4%

Prefiro não dizer: 0%

5- Em qual cidade você mora?

Tupã: 36 pessoas

Americana: 2 pessoas

Luziânia: 1 pessoa

Maceió: 1 pessoa

Bauru: 3 pessoas

Promissão: 1 pessoa

São Paulo: 1 pessoa

Pompéia: 1 pessoa

Queiroz: 7 pessoas

São Joaquim da barra: 1 pessoa

Quintana: 1 pessoa

Bastos: 1 pessoa

6- É vegetariano ou vegano?

Vegetariano: 1,5%

Vegano: 1,5%

Não sou: 97%

7- Possui alguma restrição alimentar (Alergias alimentares ou intolerâncias)?

Sim: 16,4%

Não: 83,6%

8- Se possui alguma restrição alimentar, quais são elas?

Intolerância à Lactose: 46,7%

Intolerância à Glúten: 0%

Alergia em alimentos específicos: 53,3%

9- Gosta de comidas apimentadas?

Sim: 20,9%

Não: 23,9%

Levemente apimentadas: 55,2%

10- Consume de bebidas alcoólicas?

Sim: 49,3%

Não: 50,7%

11-Sai para comer fora com qual frequência?

Sempre: 35,8%

Raramente: 58,2%

Nunca: 6%

12- Gosta de ambientes com música ao vivo?

Sim: 79,1%

Não: 20,9%

13- Na maioria das vezes o que te faz comer em um restaurante?

Preço: 50,7%

Formas de pagamento: 10,4%

Qualidade do atendimento: 62,7%

Qualidade do produto: 82,1%

14- Conhece as culinárias Árabe, Colombiana e Mexicana?

Colombiana

Sim: 13%

Não: 46%

Árabe

Sim: 42%

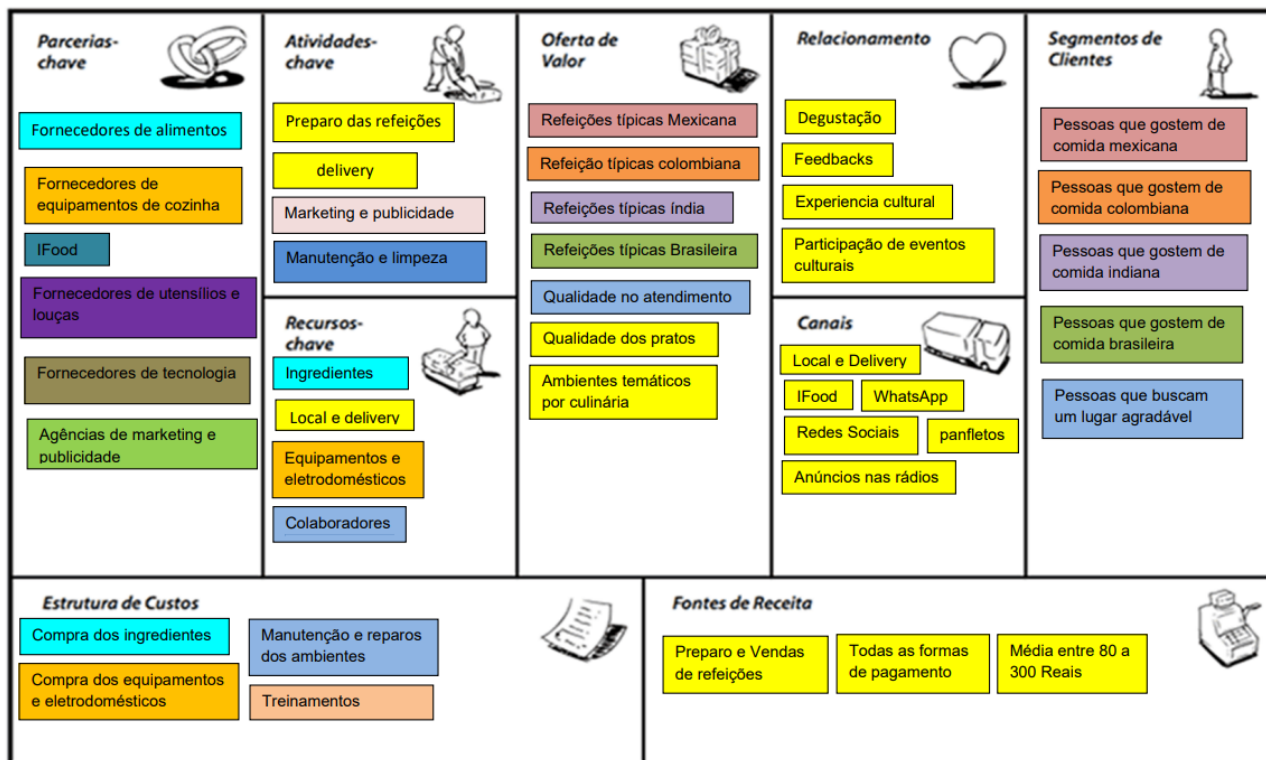
Não: 28%

Mexicana

Sim: 45%

Não: 26%

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS



Fonte: Elaborado pelos autores