



Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO



Extensão Maria Trujillo Torloni

**TRABALHO DE CONCLUSÃO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

BUFFET REALIZE

**Mariana de Oliveira Montenegro
Leonardo Martins Reis Sena
Viviane Santos Augusto**

**São Caetano do Sul / SP
2017**

Leonardo Martins Reis Sena
Mariana de Oliveira Montenegro
Viviane Santos Augusto

BUFFET REALIZE

Projeto apresentado na disciplina de Planejamento de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito básico para a apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso do Técnico de Administração.

São Caetano do Sul / SP

2017

DEDICATÓRIA

Dedicamos este TCC primeiramente a Deus por ter nos dado a oportunidade de realizar o curso; á nossa família por ter nos incentivado e apoiado desde o início; e aos professores por nos proporcionar o conhecimento, não apenas racional, mas a manifestação do caráter e afetividade da educação no processo de *formação profissional*, pela total dedicação, não somente por terem nos ensinado, mas também pelo aprendizado.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, pois concretizar um sonho é sempre uma prova de fé e finalizar um curso, seja ele do nível que for, é sinônimo de orgulho para nós mesmos e para os que nos querem bem. Aos professores e à coordenação, pela orientação e determinação para atingirmos o nosso propósito, pela coragem de fazer com que cada um de nós não desistisse, pelos momentos de estudo transformados em conhecimento, pois não há vitória sem esforço e persistência. Esta conquista só foi possível graças a cada um de vocês.

“Seu trabalho vai preencher uma parte grande da sua vida, e a única maneira de ficar realmente satisfeito é fazer o que você acredita ser um ótimo trabalho. E a única maneira de fazer um excelente trabalho é amar o que você faz...”.

STEVE JOBS

RESUMO

O Buffet Realize (prestador de serviços) vem ao mercado pouco conhecido, mas com o intuito de surpreender o ramo de eventos com flexibilidade e a inovação necessária para que haja um diferencial no atendimento. A empresa irá realizar serviços de eventos como festas (debutantes, casamentos, adolescentes, adultos e eventos corporativos). Além de trazer ao mercado um serviço diferenciado, vem mudando o modo de servir os clientes como no tradicional Buffet americano. O Buffet Realize servirá os convidados de forma eficaz e eficiente trazendo comodidade, com seu estilo de atendimento aprimorado. Baseando-se em muitos conceitos administrativos, desenvolveu-se um plano de negócio completo e bem detalhado para que possa identificar falhas ou possíveis erros, buscando o melhor preço para as possíveis classes sociais B e C que o Buffet Realize tem intenção de abordar. Através de pesquisas realizadas nas regiões do grande ABC, em São Paulo BR foi comprovada a viabilidade da abertura da empresa Buffet Realize.

Palavras-chave: eventos, atendimento, diferenciado.

ABSTRACT

Buffet Realize (service provider) comes to the market little known, but with the intention of surprising the branch of events with flexibility and innovation necessary for a differential in service. The company will perform event services such as parties (beginners, weddings, teens, adults and corporate events). In addition to bringing to the market a differentiated service, it has changed the way of serving customers as in the traditional American Buffet. The Buffet Realize will serve the guests efficiently and efficiently bringing convenience with its enhanced customer service style. Based on many administrative concepts, a complete and detailed business plan has been developed so that you can identify faults or possible mistakes, seeking the best price for the possible social classes B and C that Buffet Realize intends to address. Through research conducted in the regions of the great ABC, in São Paulo BR was proven the feasibility of opening the company Buffet Realize.

Keywords: events, attendance, differentiated.

LOGOTIPO

FIGURA 1



LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1.....	8
FIGURA 2.....	22
FIGURA 3.....	35
FIGURA 4.....	37

LISTA DE TABELAS

TABELA 1.....	42
TABELA 2.....	43
TABELA 3.....	43
TABELA 4.....	44
TABELA 5.....	45
TABELA 6.....	45
TABELA 7.....	46
TABELA 8.....	46
TABELA 9.....	47
TABELA 10.....	47
TABELA 11.....	48
TABELA 12.....	48
TABELA 13.....	49
TABELA 14.....	49

Sumário

1. INTRODUÇÃO	12
2. JUSTIFICATIVA	12
3. OBJETIVO GERAL	12
4. OBJETIVO ESPECÍFICO	13
5. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	13
6. DADOS DA EMPRESA	13
6.1. Localização	13
6.2. Histórico de Mercado.....	14
6.3. METODOLOGIA	14
6.4. Burocracias para Montagem da Empresa.....	15
7. MISSÃO, VISÃO E VALORES.	15
7.1. MISSÃO	15
7.1.1. Missão	15
7.2. VISÃO	15
7.2.1. Visão.....	16
7.3. VALORES.....	16
7.3.1. Valores	16
7.4. Setor de Atividade.....	17
8. FORMA JURÍDICA	17
9. CLIENTES	17
9.1. Público-Alvo	17
10. GESTÃO EMPREENDEDORA	18
11. CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES – C.H.A.	18
12. CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS	19
12.1. Apresentando o Estabelecimento.....	19
12.2. Cronograma de Treino.....	19
12.3. Obedecer as Regras do Buffet.....	19
12.4. Cargos, carreira e remuneração.	20
12.4.1. Garçom.....	20
12.4.2. Segurança	20
12.4.4. Auxiliar de cozinha.....	21
12.4.5. Recepcionista	21

12.4.6. Contratos	21
12.5. Desenvolvimento de equipes	21
13. CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS	22
13.2. SOCIEDADE EMPRESÁRIA	23
13.3. RESPONSABILIDADES TÉCNICA	24
13.4. INSTALAÇÕES.....	25
13.5. VIGILÂNCIA SANITÁRIA	25
13.6. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	26
13.7. A ESCOLHA DO PONTO PARA ABERTURA DA EMPRESA	27
13.8. CORPO DE BOMBEIROS - VISTORIA DO IMÓVEL	28
13.9. CONTRATO DE LOCAÇÃO COMERCIAL	28
13.10. TRIBUTAÇÃO E ENCARGOS SOCIAIS.....	29
13.11.1. IRPJ - IMPOSTO DE RENDA DAS PESSOAS JURÍDICAS	30
13.11.2. CSL - Contribuição Social sobre o Lucro.....	31
14. PLANO DE MARKETING	32
14.1. Análises do ambiente	32
14.2. O Ponto Ciúme	32
14.3. Desenvolvendo a percepção dos clientes	33
14.4. Comportamento do consumidor	34
14.5. A Cadeia de Valor.....	34
15. ANÁLISE SWOT.....	36
16. CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA	37
17. PRODUÇÃO	39
17.1. PROCESSO DE PRODUÇÃO	39
17.1.2. Desenvolvimento de um conceito para evento	39
17.1.3. Execução.....	40
17.1.4. Controle.....	40
17.1.5. Feedback pós – evento	41
18. PLANO FINANCEIRO	41
19. INVESTIMENTO TOTAL	42
19.1. Estimativa dos investimentos Fixos.....	42
19.2. Investimento Financeiro	42
19.3. Investimentos pré-operacionais	43
19.4. Investimento Total (resumo)	44

19.5. Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e	48
terceirização.	48
20. DECISÕES NA EMPRESA.....	50
21. Conclusão.....	50
22. REFÊRENCIAS.....	51

1. INTRODUÇÃO

Em meio á evolução dos mercados, torna-se essencial que as empresas definam seus objetivos e estratégias, a fim de atender melhor seus clientes, e conseqüentemente, fortalecendo seu posicionamento no mercado e crescimento.

O Buffet Realize inova o seu atendimento com treinamentos aos funcionários, de forma que todos os convidados do evento sejam bem servidos e recepcionados, assim melhorando a circulação do ambiente e proporcionando mais comodidade aos convidados.

A prestadora de eventos Realize, assume o compromisso e trata como metas a melhor realização dos eventos prestados de acordo com os sonhos dos clientes atingindo as suas expectativas, e que a cada evento realizado seja mais conhecida como um Buffet respeitado e de excelentes eventos.

2. JUSTIFICATIVA

A idéia da criação do projeto do Buffet Realize foi formada para suprir expectativas de inovação do mercado de eventos. O mundo do entretenimento precisa de uma atenção especial, pois é nele que as pessoas se divertem e socializam.

Resolvendo o impasse dos Buffet americanos o Buffet Realize vem ao mercado com funcionários treinados e terceirizados para aprimorar o atendimento, deixando o ambiente bem circulado, sem causar estresse e impaciência aos convidados, assim fazendo com que todos sejam bem servidos e satisfeitos com o evento e o Buffet Realize tendo preferência pelo público e uma boa margem de lucro.

3. OBJETIVO GERAL

Atingir a satisfação dos clientes nas realizações de seus eventos com praticidade e funcionários qualificados. E também montar uma plano financeiro viável e detalhado para uma empresa prestadora de eventos.

4. OBJETIVO ESPECÍFICO

Contratar funcionários eficientes para trabalhar no Buffet Realize, sendo treinados e direcionados ao modo de realização dos eventos prestados. Principalmente o atendimento que deverá ser excelente, por conta do treinamento que terá.

Maximizar os recursos da empresa e dos setores financeiros para uma melhor obtenção de alcançar a maior margem de lucro.

5. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A prestadora de eventos Realize será especializada em realizar eventos de debutantes até o sonhado enlace patrimonial. A empresa conta com uma equipe de sócios qualificada para contratar os melhores funcionários para atuar no Buffet Realize, preparada para otimizar e buscar a lucratividade da empresa ao mesmo tempo em que busca um preço acessível aos clientes.

O Buffet tem como nome Realize, com o intuito de mostrar ao público que realizará os sonhos dos clientes, com eventos que marcarão suas vidas, onde se passarão os seus momentos inesquecíveis.

6. DADOS DA EMPRESA

Razão Social: Prestadora de Eventos e Planejamento Realize Ltda.

Nome Fantasia: Buffet Realize

O Buffet Realize não conta ainda com CNPJ, pois esta em fase de abertura.

6.1. Localização

O Buffet Realize terá sua sede na Rua: Dr. Fláquer, nº120, Bairro: Centro de São Bernardo do Campo, São Paulo, BR, CEP: 09710-180, em um salão de 500m², onde foi apresentado maior índice de pessoas que buscariam contratar o Buffet Realize por sua localização.

Outras localizações e espaços foram pesquisados, mas segundo pesquisas do grupo nas regiões do Grande ABC, foi constatado que a maioria das pessoas entrevistadas teriam mais facilidade no endereço apresentado, também constatando um espaço com todos os pré-requisitos para a abertura de uma empresa segundo as normas jurídicas e de segurança.

6.2. Histórico de Mercado

Com a incorporação de novos contingentes populacionais ao mercado consumidor, a demanda por alimentos cresce cada vez mais no mundo. No Brasil, os estabelecimentos formais que têm como principal atividade a produção no setor de alimentos somam 667,5 mil, representando 19% do total de estabelecimentos em 2011, segundo os dados do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS/MTE).

No Estado do Rio de Janeiro (ERJ) há 37,5 mil estabelecimentos formais nesse setor ou 14% do total de estabelecimentos formais fluminenses, percentual inferior à maior parte dos estados.

O setor de alimentos ocupa 13% da mão de obra empregada formalmente no Brasil e 10% no ERJ, além de ser responsável por 9% da massa salarial brasileira e por 5% da massa salarial fluminense.

6.3. Metodologia

A coleta de dados foi realizada através de formulários respondidos por pessoas de diferentes regiões do ABC, onde foram analisados com pesquisas do grupo em livros e na internet e juntamente aos conhecimentos aprendidos no período de aula no curso técnico e ajuda dos professores, sendo assim foi possível tirar conclusões sobre como a empresa deverá agir de acordo com os resultados.

A partir das pesquisas realizadas foi apresentado que o Buffet Realize é acessível às pessoas de classes B e C, e que a diferenciação no modo de atendimento e personalização dos cardápios será uma grande diferenciação entre os Buffet da Região.

6.4. Burocracias para Montagem da Empresa

É preciso registrar o negócio na Receita Federal e Prefeitura da cidade, para conseguir o CNPJ e poder ter direito a emitir nota fiscal. Essa é a forma de agir legalmente e pagando os impostos, não terá problemas com a fiscalização.

Depois de aberta a empresa e ter escolhido o local, é preciso cuidar da Vigilância Sanitária. Todo empreendimento que envolve venda ou manuseio de alimentos deve ter o selo de autorização da Vigilância Sanitária. A taxa varia de acordo com a cidade e é pequena, cerca de R\$ 50 reais, mas sem o selo o estabelecimento pode ser multado e fechado caso o órgão note que há normas irregulares.

Alguns desses valores são anuais, como o Corpo de Bombeiros e a Prefeitura. O talão fiscal é pago toda vez que precisar de um, quando as notas acabarem. Só é impresso em gráficas autorizadas pela Prefeitura. Você poderá também criar uma marca e registrá-la.

7. MISSÃO, VISÃO e VALORES.

7.1. MISSÃO

A missão de uma empresa é sua razão de ser. Nela se tem o que a empresa produz sua previsão para conquistas futuras e como ela espera ser reconhecida pelos clientes.

7.1.1. Missão

A Realize Buffet tem como missão realizar eventos personalizados, com qualidade e práticas criativas, por meio de integração de pessoas e qualificação na gestão.

7.2. VISÃO

A visão de uma empresa é responsável por guiar a organização. É um acumulado de convicções que direcionam sua trajetória, a imagem a ser projetada

no espaço de mercado futuro a ser ocupado por seus produtos e o tipo de estrutura e organização necessária para se alcançar isso.

7.2.1. Visão

A Realize Buffet tem como visão ser reconhecida como a empresa Market Share (grau de participação da empresa em termos de venda) do mercado, líder pela alta qualidade e inovação em seus serviços e sua preocupação com o meio ambiente.

7.3. VALORES

Os valores de uma empresa são um guia moral para os seus colaboradores, são as características da organização, um modelo de comportamento ao interagir com todas as pessoas e o ambiente á sua volta.

7.3.1. Valores

Os valores são expostos a todos, através da transparência em que o serviços são oferecidos. Abaixo estão listados os principais valores difundidos na organização.

- Comprometimento
- Responsabilidade
- Atendimento de Qualidade
- Foco no seu Alvo (Cliente)
- Ética
- Transparência
- Eficiência e Eficácia
- Profissionalismo
- Sustentabilidade

7.4. Setor de Atividade

Prestação de assessoria e serviços relacionados a eventos.

8. FORMA JURÍDICA

A Forma jurídica do Buffet Realize é uma sociedade limitada, pois é o tipo societário que melhor se enquadra nas necessidades da empresa. Ela não possui valor mínimo ou máximo de capital social, que tem flexibilidade de sócios, ajuste de capital social e valores de lucratividade que permitirá que a empresa mantenha esse tipo societário por tempo indeterminado.

A sociedade limitada, de acordo com as leis vigentes, indica que a empresa com esse tipo societário deve ser aberta por no mínimo dois sócios, que deverão contribuir com a sua cota para a integralização do capital social.

Uma sociedade limitada garante aos sócios do Buffet Realize responsabilidade limitada em relação ao capital social que será necessário para a abertura do empreendimento. O valor das cotas ficando o cargo de bom senso dos sócios para levantar um capital social suficiente, e não exageradamente, para a abertura do negócio.

9. CLIENTES

Os clientes são o foco principal de todas as atividades da empresa. A pesquisa desenvolvida teve como prioridade compreender quem são os clientes e suas necessidades básicas. Com esse conhecimento básico a empresa já pode começar a oferecer o seu produto para as pessoas certas.

9.1. Público-Alvo

Sabendo quem são os clientes facilita identificar o público-alvo. É esse grupo de pessoas com características semelhantes que a empresa focará.

10. GESTÃO EMPREENDEDORA

O empreendedor de sucesso diferencia-se do administrador comum pelo constante planejamento a partir de uma visão de futuro. Isso requer a elaboração de uma estratégia de penetração no mercado que direcione para um posicionamento resistente, enfrentando as circunstâncias adversas, superando as incertezas e vencendo os obstáculos, para o alcance dos objetivos.

A gestão empreendedora transforma desafios em oportunidades ou ideias em negócios, o que não é uma missão simples no universo empresarial, mas que tem atraído inúmeras pessoas a buscar novos desafios, investindo em suas próprias metas. Um negócio com projeção depende de um empreendedor que seja visionário, determinado, dinâmico, além de calcular os riscos assumidos, explorar ao máximo as oportunidades e planejar cada passo do negócio.

Para gerir um negócio bem sucedido, é necessária a utilização do modelo de gestão estratégica, que leva a empresa a realizar um diagnóstico situacional, 14 destacando oportunidades e ameaças, bem como forças e fraquezas, a fim de cruzar estas realidades e descobrir suas inter-relações.

A partir desse processo de “autocrítica organizacional” a empresa encontrará plenas condições de direcionar seu foco para a determinação de visão futura, missão organizacional e desafios estratégicos que norteará os rumos do negócio para o curto, médio e longo prazo. Desta forma, o modelo de gestão estratégica atua no sentido de levar a empresa a se adequar à realidade de mercado, descobrir oportunidades e projetar um futuro.

11. CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES – C.H.A.

“É um conjunto de Conhecimentos, Habilidades e Atitudes, que afetam a maior parte do trabalho de uma pessoa, e que se relacionam com seu desempenho no trabalho”. (Claudia Domingos)

C significa conhecimento sobre um determinado assunto. Conhecer sobre o produto que será vendido na empresa, sua preparação, os ingredientes. Conhecimento sobre o negócio, como funciona.

H significa habilidade para produzir resultados com o conhecimento que se possui. Saber como atrair clientes, os melhores pontos de venda e como lidar com a concorrência.

A significa atitude pró ativa iniciativa. Fazer o negócio acontecer, colocar em prática todos os conhecimentos e habilidades para tornar a empresa conhecida.

12. CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS

12.1. Apresentando o Estabelecimento

Antes de começar o treinamento com a equipe de garçons, eles precisam estar preparados para sua rotina de trabalho, então o estabelecimento será apresentado. Garçons preparados devem conhecer seu espaço de trabalho, para que tenham autonomia e tomem decisões rapidamente durante o atendimento.

12.2. Cronograma de Treino

Para que o treino da equipe dê bons resultados, é preciso planejamento e organização! Portanto, o local escolhido para eles serem treinados será no próprio salão do Buffet Realize para que possam ir se adaptando ao local junto com o treinamento. Os treinos terão data e hora, ou seja, as duas primeiras segundas-feiras e quartas feiras do mês, eles serão treinados por um profissional da área contratado pelo Buffet Realize.

12.3. Obedecer as Regras do Buffet

Os garçons terão que cumprir todos os treinamentos.

-Avisar com antecedência se precisar faltar no dia do evento que for chamado.

-Estar ciente do cardápio de cada evento para não confundir os pratos na hora de servir os convidados.

- Usar uniforme.
- Tratar os convidados com classe e educação.
- Não se alimentar em horário de serviço.

12.4. Cargos, carreira e remuneração.

12.4.1. Garçom

O Buffet irá contar com aproximadamente quatro garçons, pois a quantidade de empregados dependerá da quantidade de convidados do evento (masculino/feminino).

Os garçons serão empregados fixos, e receberão no início de sua jornada um treinamento lógico matemático diferenciado para servir os convidados.

O salário fixo do garçom será o salario mínimo R\$ 937,00 ao mês trabalhado.

Terão treinamento para servir os convidados.

12.4.2. Segurança

O Buffet contará com dois funcionários para exercer a função de segurança (masculino/feminino)

Os seguranças serão funcionários fixos do Buffet, porém só irão trabalhar em dias que ocorrerão eventos.

-O segurança terá como salário R\$950,00 mensalmente.

12.4.3. Cozinheiro

- O Buffet terá dois cozinheiros (masculino/feminino)
- Os cozinheiros serão funcionários fixos do Buffet, e irão trabalhar em dias em que precisarão preparar os alimentos, e em dias de evento.
- O salário dos cozinheiros será de R\$937,00 mensalmente.
- O Buffet exige que os contratados tenham experiência ou estudo na área.

12.4.4. Auxiliar de cozinha

- O Buffet contará com dois auxiliares de cozinha (masculino/feminino).
- Os auxiliares de cozinha serão funcionários fixos do Buffet, porém irão trabalhar apenas em dia de evento.
- Os auxiliares de cozinha terão como salário R\$800,00 mensalmente.

12.4.5.Recepcionista

- O Buffet irá conter apenas um recepcionista (masculino/feminino)
- O recepcionista será um funcionário fixo do Buffet, que irá trabalhar apenas em dia de evento.
- O recepcionista terá como salário R\$ 900,00 mensalmente.

Levando em questão funcionários que irão receber menos que um salário mínimo e trabalhar em jornada reduzida, o valor nominal do salário mínimo refere-se àqueles empregados que cumprem a jornada máxima estipulada pela Constituição, ou seja, oito horas por dia ou 44 horas semanais.

Se um empregado trabalha menos do que esse período, pode ser ajustado o salário com base nas horas, nos dias ou nas semanas trabalhadas.

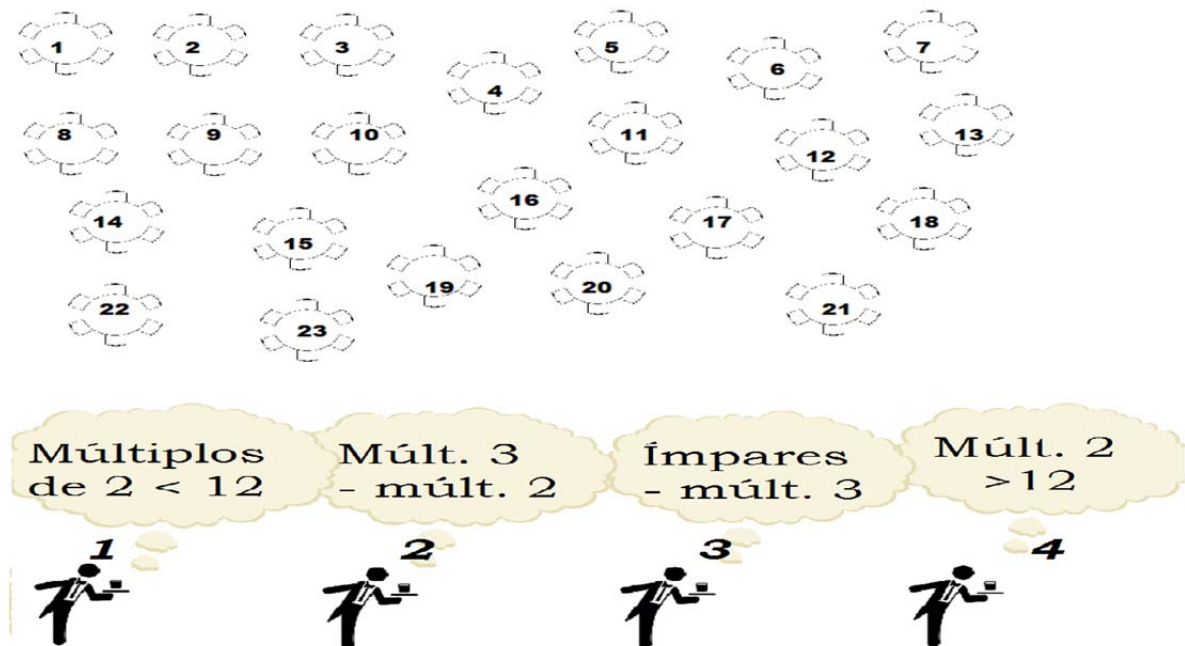
12.4.6. Contratos

A definição legal de contratação de funcionários pela CLT é a pessoa física que, pessoalmente, presta serviços de forma não eventual a empregador, sob subordinação, e que recebe um salário. Se um destes requisitos não estiver presente no relacionamento não é uma relação de emprego. Sendo assim o Buffet contratará apenas por prazo indeterminado os funcionários.

12.5. Desenvolvimento de equipes

Segue abaixo o padrão em que o Buffet Realize preparou para os garçons atenderem os convidados, para haver uma melhor locomoção e melhor comodidade no meio ambiente:

FIGURA 2



13. CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS

Costuma-se dizer que os serviços são menos tangíveis que os bens ou mercadorias, que sua produção e consumo ocorrem simultaneamente e que são inseparáveis de seus produtores, que podem variar grandemente em preço e qualidade, dependendo de onde quando e por quem são prestados. Tais características merecem algum detalhamento. O buffet será uma empresa prestadora de serviços, garantindo eventos de qualidade para as pessoas.

13.1. Os serviços são mais intangíveis do que tangíveis.

Um produto é um objeto, algo palpável; o serviço é resultado de uma ação, um esforço. Quando o serviço é vendido ele ainda não foi fabricado, não tem uma existência física sensorial, portanto, os serviços são consumidos, mas não geram propriedade. Como quando um cliente for fechar contrato com o buffet, a produção do evento começará em alguns dias, pois o planejamento já estará pronto, de acordo com o que o cliente solicitou.

13.1.2. Os serviços são mais difíceis de padronizar

Os serviços são baseados em pessoas e equipamentos. Mas é o componente humano que prevalece e, por essa razão, é muito difícil uniformizá-los e padronizá-los. Todo conjunto interno e externo de circunstâncias que o afetam diretamente resulta numa diversidade de performances cada vez que é repetido. Entretanto, variáveis como normas, treinamento e seleção correta de pessoal possibilitam a padronização eficiente de um serviço. Nos eventos realizados pelo Buffet, será mais difícil ainda padronizar, pois cada cliente deseja um evento diferente do outro, como decoração diferente, cardápio, etc.

13.1.3. É impossível proteger serviços

Os serviços são facilmente copiados e não podem ser protegidos por patentes. Por isso, é importante que desfrutem de uma boa imagem de marca, diferenciando-se estrategicamente dos similares. O Buffet será muito bem valorizado pelo seu atendimento de qualidade e um grande comprometimento com seus clientes, sendo assim a marca será de uma ótima imagem.

13.1.4. É mais difícil de estabelecer o preço

O preço de um serviço pode variar entre limites mais amplos que os das mercadorias e sofre maior influência de fatores estipulados subjetivamente pelo produtor e pela atribuição de valor do consumidor. Isso dependerá do que o cliente irá adicionar no seu evento, como DJ, decoração, o tipo do cardápio e barmen. Também a quantidade de pessoas que o evento terá, esses são fatores que influenciariam no preço na montagem de um evento.

13.2. SOCIEDADE EMPRESÁRIA

O conceito de Sociedade Empresária também é fornecido pelo novo Código Civil em seu artigo 982: “A Sociedade Empresária tem por objeto o exercício de atividade própria de empresário sujeito a registro, inclusive à sociedade por ações,

independentemente de seu objeto, devendo inscrever-se na Junta Comercial do respectivo Estado”.

Deste modo, sociedade empresária é aquela em que duas ou mais pessoas (empresários) exercem profissionalmente atividade econômica organizada em estabelecimento próprio e adequada para a produção ou circulação de bens ou de serviços, constituindo elemento de empresa, empresário não é somente aquele que profissionalmente produz ou circula bens (produtos ou mercadorias), mas também aquele que profissionalmente produz ou circula serviços. Assim, muitos dos que até então eram considerados autônomos, passam a ser empresários, como é o caso das pessoas que se organizam em um estabelecimento próprio e adequado com o objetivo de prestar serviços como os realizados em um Buffet, onde os sócios serão também estarão sempre presentes e trabalhando no Buffet.

13.3. RESPONSABILIDADES TÉCNICA

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, por meio da Resolução RDC No. 216 de 15/09/2004 determinaram que todo estabelecimento de gêneros alimentícios devêssemos ter um Responsável pelas atividades de manipulação de alimentos, o qual deverá ter comprovadamente participado de Curso de Capacitação no seguintes temas: - Contaminantes Alimentares; - Doenças transmitidas por alimentos; - Manipulação Higiênica dos Alimentos; - Boa Práticas. O Responsável pelas atividades de manipulação de alimentos terá autoridade e competência para implantação e manutenção das “Boas Práticas de Fabricação, Manipulação - BPFM, Controle de qualidade dos Alimentos” e do “ Procedimento Operacional Padronizado - POP”, entre outras atividades. Essa responsabilidade pela implantação e manutenção de Boas Práticas de Fabricação e manipulação - BPFM e dos POP, pode estar a cargo do proprietário do estabelecimento ou de um funcionário capacitado que trabalhe efetivamente no local, conheça e acompanhe inteiramente o processo de produção. Não há necessidade de se nomear este Responsável pela atividade de manipulação de alimentos no contrato social de sua empresa, basta somente indicá-lo junta ao Centro de Vigilância Sanitária. Portando todos os alimento fornecidos para executar os cardápios, estarão em prazo de validade, e

conservados em lugares adequados, sendo assim para a execução dos tais cardápios, o cozinheiro e auxiliar de cozinha irão estar usando equipamentos higiênicos para manipular os alimentos e servir os convidados com segurança e limpeza.

13.4. INSTALAÇÕES

O Buffet deverá ser mantido na mais perfeita condição de ordem e higiene, inclusive no que se refere ao pessoal e ao material. De acordo com a legislação paulista, especificamente a Portaria CVC- 6/99 do Centro de Vigilância Sanitária da Secretaria de Estado da Saúde ficam estabelecidas, entre outras coisas, as instalações mínimas necessárias para funcionamento de um BUFFET, que são:

I - Área independente para recebimento e armazenagem de mercadorias - tendo estrados e prateleiras com altura mínima de 25 cm do piso;

II - Área independente para produção e manipulação de alimentos;

III - Área independente para higiene e guarda de utensílios de preparação;

IV - Sanitários para funcionários, separados por sexo;

V - Vestiário separado por sexo, devendo possuir armários individuais e chuveiro;

VI - Lavatórios exclusivos e em posição estratégica para que os funcionários façam a higienização das mãos;

VII - Sanitários para público (consumidores) separados por sexo;

VIII - Todas as áreas e instalações deverão estar revestidas de material liso, impermeável, de cores claras, de fácil higienização (Piso, Paredes, Forro e Tetos, Portas e Janelas);

IX - Ambiente com iluminação uniforme, boa ventilação.

13.5. VIGILÂNCIA SANITÁRIA

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária estabelece regras específicas para empresa que produzem e ou manipulem alimentos, (Resolução RDC N° 216, de 15/09/04, Portarias N° 1.428/MS; N° 326 - SVS/MS de 30/07/97 e CVS-6/99), destacamos: 1 - Controle de Saúde dos funcionários: existem dois tipos de controle

de saúde que devem ser realizados para os funcionários do Buffet que produzem e manipulam alimentos.

a) O do Ministério do Trabalho através da NR-7 determina a realização do PCMSO - Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional, cujo objetivo é avaliar e prevenir as doenças adquiridas no exercício de cada profissão;

b) O controle de saúde clínico exigido pela Vigilância Sanitária, que objetiva a saúde do trabalhador e a sua condição para estar apto para o trabalho, não podendo ser portador de doença infeccioso ou parasitário.

2 - Uso de Água Potável. Controle de Água para consumo - obrigatório à existência de reservatório de água;

3 - Controle integrado de vetores e pragas urbanas;

4 - Higiene pessoal e uniformização dos funcionários;

5 - Higiene Operacional dos funcionários (hábitos);

6 - Higiene Ambiental (periodicidade de limpeza das instalações, utensílios, estoque e reservatório de água);

7 - Elaboração de Manual de Boas Práticas de Produção, Manipulação e de Prestação de Serviços na Área de Alimentos;

8 - Implantar o Procedimento Operacional Padronizado - POP, a ser adotado pelo estabelecimento.

13.6. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC foi instituído pela Lei nº 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, seja reforçando a posição do primeiro, seja limitando certas práticas abusivas impostas pelo segundo. Sendo assim o Buffet irá sempre estará a

disposição dos seus consumidores para o que for necessário, e irá garantir a melhora do que houver crítica.

13.7. A ESCOLHA DO PONTO PARA ABERTURA DA EMPRESA

Antes de alugar um imóvel para abertura e montagem de sua empresa. O Buffet Realize observou os seguintes detalhes:

a) Certificou-se de que o imóvel em questão atende as necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança - se é atendido por serviços de água, luz, força, esgoto, telefone etc. Viu, ainda, se o local é de fácil acesso, se possui estacionamentos para veículos, local para carga e descarga de mercadorias e se possui serviços de transporte coletivo.

b) Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consultou a vizinhança a respeito.

c) Verificou se o imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais que possam interferir ou impedir de realizar eventos.

d) Conferiu a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e viu se não houve nenhuma obra posterior aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva, que deverá estar devidamente regularizada.

e) Verificou também na Prefeitura Municipal:

se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;

se as atividades a serem desenvolvidas no local (eventos), respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;

se os pagamentos do IPTU referente o imóvel encontram-se em dia;

no caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas.

13.8. CORPO DE BOMBEIROS - VISTORIA DO IMÓVEL

Atendendo aos convênios com os municípios, toda edificação no Estado de São Paulo só consegue o “Habite-se” da Prefeitura local se possuir a aprovação do Corpo de Bombeiros. Esta aprovação é baseada na análise prévia do projeto do edifício, onde são exigidos níveis mínimos de segurança, previsão de proteção contra incêndio da estrutura do edifício, rotas de fuga, equipamentos de combate a princípio de incêndio, equipamentos de alarme e detecção de incêndio, além de sinalizações que orientem a localização dos equipamentos e rotas de fuga. Na fase de vistoria, são verificadas no local as exigências dos projetos previamente aprovados durante a fase de análise no Corpo de Bombeiros. Visto isso o Buffet conseguiu a aprovação do Corpo de Bombeiros.

13.9. CONTRATO DE LOCAÇÃO COMERCIAL

Contrato de Locação: é o instrumento jurídico celebrado entre locador e locatário que estabelece regras claras e objetivas no sentido de que o locatário receba e utilize o imóvel cedido pelo locador, sob determinadas condições, mediante o pagamento de um aluguel.

Partes Contratantes: No contrato de locação temos de um lado o locador e de outro o locatário. Locador é o proprietário ou o representante do proprietário que dá o imóvel em locação. Locatário ou Inquilino é a pessoa que recebe o imóvel em locação. Cláusulas do contrato: O contrato de locação deverá constar: a qualificação das partes, o objeto, o valor do aluguel, índice de reajuste, duração da locação, forma e local de pagamento do aluguel e outras que dizem respeito à garantia locatícia (benfeitorias a serem realizadas no imóvel pelo inquilino, multas e juros que incidirão em caso de atraso no pagamento do aluguel, obrigações do locador e do locatário etc.). Lembre-se: estas cláusulas deverão ser previamente discutidas e avaliadas pelas partes. Leia o contrato atentamente!

Documentação: Exija do locador, ou de seu representante, a documentação atualizada comprobatória de propriedade do imóvel expedida pelo Cartório de Registro de Imóveis.

Prazo do Contrato: Deve-se negociar um prazo de locação do imóvel que seja compatível com o retorno do seu investimento. Saiba que após o término do prazo de locação, o locador poderá pedir a restituição do imóvel. O locador não está obrigado a prorrogar o prazo da locação e, caso o imóvel não seja desocupado, ele poderá ingressar com ação de despejo.

Laudo de Vistoria: Verifique o estado de conservação do imóvel, tire fotos e faça um relatório de vistoria juntamente com o locador e assinem. Não deixem de relacionar tudo que se encontra no imóvel: aparelho de telefone, torneiras, chaves, portas, janelas, luminárias, mesas, vasos, armários entre outros. Caso seja necessário reformar o imóvel para adequá-lo às atividades de sua empresa, verifique se são obras que implicam na segurança do imóvel e se são benfeitorias que requerem autorização expressa (por escrito) do proprietário. O Buffet seguiu todas as instruções citadas, e por fim, conseguiu a aprovação para a locação do local que irá realizar eventos.

13.10. TRIBUTAÇÃO E ENCARGOS SOCIAIS

O sistema tributário brasileiro estabeleceu quatro modalidades diferentes de apuração e recolhimento dos principais tributos federais aplicáveis às pessoas jurídicas em geral.

a) Simples Federal: Trata-se de um sistema que confere tratamento tributário diferenciado, simplificado e favorecido, aplicável às microempresas e as empresas de pequeno porte, assim definidas pela Lei nº 9.317/96 (Lei do Simples), relativo aos impostos e contribuições que menciona. As alíquotas do Simples variam entre 3% a 8,6% e serão aplicadas sobre a receita bruta auferida mês a mês pela empresa (base de cálculo). A alíquota será acrescida de 50% caso a receita proveniente de prestação de serviços corresponda a mais de 30% do total da receita bruta da empresa. Sem dúvida nenhuma, o sistema Simples de tributação federal tem se apresentado como a melhor opção para as micro e pequenas empresas, tanto na economia tributária como na simplificação para recolhimento dos tributos. Analise com seu contabilista e informe-se no SEBRAE-SP sobre a possibilidade de enquadramento do Buffet no sistema Simples de Tributação Federal. A possibilidade

de enquadramento da empresa no Simples irá depender de uma série de fatores estabelecidos na lei, especialmente quanto aos tipos de serviços prestados pela empresa, volume da receita bruta, condições dos sócios etc.

b) Lucro Arbitrado: Regra geral, o lucro arbitrado é um mecanismo adotado pela autoridade tributária que arbitra a base de cálculo do imposto das pessoas jurídicas, sempre que estas deixam de cumprir suas obrigações acessórias (escrituração, por exemplo). Desta forma, esta modalidade não se apresenta como opção comum a ser adotada pelas prestadoras de serviços de Buffet. Há também outras duas opções em que o Buffet irá apurar o imposto de renda devido, quais sejam, Lucro Real ou Lucro Presumido.

13.11.1. IRPJ - IMPOSTO DE RENDA DAS PESSOAS JURÍDICAS

c) Lucro Real: Lucro real é o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação. Este sistema é o mais complexo de todos, entretanto, dependendo de uma série de fatores que devem ser avaliados com seu contabilista, o lucro real pode ser a melhor opção para a sua empresa. Para se chegar ao tributo devido, à empresa deverá aplicar a alíquota de 15% sobre a base de cálculo (que é o lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00 multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente. Neste último caso, o imposto deverá ser recolhido mensalmente sobre a base de cálculo estimada.

d) Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo do Imposto de Renda (IR) e da Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL) das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração do lucro real. No regime do lucro presumido a apuração do imposto será feita trimestralmente. A base de cálculo corresponde a 1,6%, 8%, 16% ou 32% da receita bruta conforme a atividade principal desenvolvida pela pessoa jurídica. A alíquota é determinada em 15% a ser aplicada sobre a base

de cálculo encontrada. Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00 multiplicado pelo número de meses do período.

13.11.2. CSL - Contribuição Social sobre o Lucro

Para as empresas que optarem pelo sistema do Lucro Presumido (regra geral):

Base de Cálculo: 12% da receita bruta (indústria e comércio).

32% da receita bruta (serviços).

Alíquota: 9% - Apuração trimestral. • Para as empresas que optarem pelo sistema do Lucro Real:

Base de Cálculo: Lucro líquido.

Alíquota: 9%, podendo a apuração ser trimestral ou anual. No caso de apuração anual a empresa recolherá com base em estimativa.

PIS - Programa de Integração Social Base de Cálculo: Faturamento Bruto.

Alíquota: 0,65% - Recolhimento Mensal - Formulário DARF - Código 8109.

Empresas tributadas pelo Lucro Real: Alíquota de 1,65% - compensável.

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social

Base de Cálculo: Faturamento Bruto.

Alíquota: 3% - Recolhimento Mensal - Formulário DARF - Código 2172.

Empresas tributadas pelo Lucro Real: Alíquota de 7,60% - compensável.

INSS - Previdência Social

Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

Contribuição a terceiros (entidades): variável, sendo o máximo 5,8%; • S.A.T. - Seguro de Acidentes do Trabalho - alíquotas variam de acordo com a atividade da empresa, de 1% a 3%.

Valor devido pelo Empresário e Autônomo – A empresa também deverá descontar e reter na fonte, 11% da remuneração paga devida ou creditada a qualquer título no decorrer do mês, ao autônomo e empresário (sócio ou titular), observado o limite máximo do salário de contribuição.

14. PLANO DE MARKETING

O planejamento de marketing é fundamental na abertura de um negócio para entender detalhadamente os fatores que podem influenciar no resultado final esperado na empresa.

Para a realização do plano de marketing é necessário analisar alguns pontos importantes:

14.1. Análises do ambiente

A análise do ambiente determina todas as informações pertinentes à empresa. É importante avaliar os fatores internos e externos, como as oportunidades e ameaças,

14.2. O Ponto Ciúme

O ponto ciúme é a sigla que representa o composto de marketing atualmente utilizado por diversas empresas prestadoras de serviços. É mais amplo que o tradicional composto dos “4ps” de marketing e é à base do sucesso de um negócio. Ciúme significa *conveniência imagem utilidade mordomia e estimativa*. Esses fatores são explicados a seguir.

Conveniência é muito mais relevante para o consumidor do que a localização da empresa prestadora de serviços. Na prática o consumidor quer um Buffet de fácil acesso, mas é importante do que enfatizar a ideia de promoção como foco central é melhorar ou manter a imagem do produto ou serviço, de tal forma que este seja desejado e até, alguns casos, disputado pelo consumidor.

O consumidor não está interessado nos atributos intrínsecos de um serviço, com a inteligibilidade a inseparabilidade a variabilidade. O que interessa são a alteridade e os benefícios que esses atributos proporcionam. As pessoas compram o que os serviços fazem e o que elas querem ou esperam que eles façam por elas.

Mordomia, uma qualidade a mais nos dias de hoje, é o que as pessoas almejam. Todos querem ter suas aquisições facilitadas e com o máximo de conforto que o que puderem obter. Não basta vender um serviço, é preciso assistir ao cliente para que ele possa obter satisfação com a venda. E por isso é preciso estudar todas as facilidades possíveis para tornar o pontos de venda agradável e sugestivo, o que só é viável com estudo da localização e layout.

14.3. Desenvolvendo a percepção dos clientes

As pessoas que prestam o serviço, bem como os demais clientes presentes, representam um aspecto relevante no desenvolvimento da percepção e na tangibilidade do serviço para o consumidor. Este é um dos pilares de sustentação das empresas de serviço, uma vez que a maneira como o serviço é realizado está intrinsecamente ligada às pessoas e não só a forma como elas executam o seu trabalho, mas também a forma com que se apresentam, comunicam se interagem com o consumidor. A presença aparência e o comportamento dos demais clientes influenciam a percepção de resultados. Esses fatores somados dão contornos à imagem que o cliente vai construir a respeito da empresa prestadora de serviços. Alguns aspectos devem ser ressaltados:

Todos os funcionários devem estar sempre com aparência impecavelmente cuidada. Assim, o cliente, por associação terá uma imagem de que o serviço será bem prestado.

O número de funcionários deve ser adequado à demanda. Assim, o consumidor não considerará haver carência de atendimento, o que evita a percepção de descaso; tão pouco sem chegar que a empresa está ociosa, o que normalmente gera a sensação de incompetência ou preso injustamente alto. Toda atenção deve ser dada ao cliente. Somente assim ele terá o prazer em contratar a empresa.

Preço- este é outro elemento do composto de marketing social para composição da imagem da empresa na mente do consumidor. Preços altos geralmente são associados à qualidade e preços baixos a serviços de segunda linha. Apesar dessa associação comum, o preço também deve ser usado como uma forma de delinear a personalidade da empresa. Para tanto, ele precisa ser adequado ao público a que se destina e deve sempre considerar a relação curso custo *versus* benefícios. Assim, independentemente do valor real do serviço, o cliente terá a sensação de estar comprando algo que realmente vale a pena.

14.4. Comportamento do consumidor

É importante descobrir o que é de valor para o cliente, conhecer seus desejos e necessidades e saber o que lhe agrada e não lhe agrada.

É importante analisar os pontos fortes e fracos e entender como a concorrência se posiciona no mercado, a fim de determinar onde sua empresa se encaixará em relação à outra.

14.5. A Cadeia de Valor

Atividades Primárias: É possível identificar cinco atividades genéricas primárias em qualquer indústria, são elas: Logística interna, Operações, Logística Externa, Marketing e vendas.

Atividades de Apoio: Como as atividades primárias, estas podem ser divididas em uma série de atividades de valor distintas, específicas a uma determinada indústria, porém são classificadas de forma genérica em quatro categorias: Aquisição, Desenvolvimento de tecnologia, Gerência de recursos humanos e Infra-estruturar.

FIGURA 3



Fonte: <https://gustavocanaver.wordpress.com/tag/cadeia-de-valor/>

Apesar das atividades de valor serem pontos fundamentalmente importantes para a identificação da cadeia de valor de uma empresa para uma determinada indústria, elas não são independentes, mas, interdependentes. Como afirma Porter, as atividades de valor estão relacionadas por meio de elos dentro da cadeia de valores, ou seja, são relações entre o modo como uma atividade de valor é executada e o custo ou o desempenho de uma outra. Os elos são numerosos, e alguns são comuns a várias empresas. Os elos mais óbvios são aqueles entre atividades de apoio e atividades primárias.

Um correto gerenciamento de uma cadeia de valor, na maioria das vezes, se torna um diferencial competitivo, na medida em que colabora para a melhoria da rentabilidade do empreendimento, por meio da identificação e eliminação de atividades que não adicionam valor ao serviço e produto

A Realize Buffet irá trabalhar uma estratégia de produção e de serviços considerando como parâmetro a cadeia de valor, que além de realizar perfeitamente suas atividades primárias, irá treinar e desenvolver seus colaboradores, fazer análise

de desempenho, desenvolver equipes, liderar e motivar para que o serviço prestado seja impecável.

15. ANÁLISE SWOT

A SWOT (FOFA) é uma ferramenta de análise da sua empresa e de onde ela está inserida. É um excelente complemento para o planejamento estratégico e foi criada entre as décadas de 1960 e 1970 por Albert Humphrey, que liderou um projeto de pesquisa na Universidade de Stanford, em conjunto com a revista Fortune após reunir dados de 500 empresas na época.

O termo SWOT é basicamente um acrônimo das palavras em inglês: Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Com a SWOT é possível obter uma ampla visão da realidade da sua empresa, uma vez que ela se propõe a analisar os pontos internos e externos que afetam a organização.

1. Forças: Representa as qualidades positivas da empresa, ou seja, tudo aquilo que agrega valores e está sob o controle da organização.

2. Fraquezas: As fraquezas são pontos que atrapalham e não trazem vantagens competitivas para a corporação. Assim como as Forças, as Fraquezas também estão sob o comando da empresa.

3. Oportunidades: As oportunidades são fatores externos (que não estão sob a influência da empresa) e quando surgem, trazem benefícios para a corporação. Para compreendermos o conceito de oportunidades, temos como exemplo uma nova lei que possa beneficiar a empresa de algum modo;

4. Ameaças: As ameaças também não estão sob o controle da empresa, porém são fatores que podem prejudicar a corporação de algum modo. Um exemplo pode ser à entrada de uma grande empresa no segmento;

O quadro apresenta a análise da Empresa “Realize Buffet”

FIGURA 4

FORÇAS (strenghts)	FRAQUEZAS(weaknesses)
-Conhecimento amplo em marketing -Alta qualidade no produto e no serviço -Preços competitivos	-Alto investimento inicial -Marca desconhecida -Alto investimento com capacitação dos colaboradores.
OPORTUNIDADES (opportunities)	AMEAÇAS (threats)
-Ser a empresa Market Share. -Marketing digital possibilita a redução de custos.	-Muitos concorrentes com preços competitivos. -Ampla concorrência

Fonte: Autoria própria

Com o papel de complemento estratégico, pode-se dizer que a SWOT auxilia gestores a obterem uma visão geral da empresa e de onde ela está inserida no mercado. Devido a sua simplicidade, a SWOT pode ser empregada em qualquer tipo de análise de cenário, desde a criação de uma loja virtual à gestão de uma empresa de grande porte. Deste modo, a Análise SWOT tem um papel de entendimento do posicionamento estratégico da empresa no ambiente em que ela está inserida.

16. CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA

A movimentação de produtos basicamente consiste no processo de entrega de um produto ao seu cliente final. Os recursos utilizados para isso são inúmeros e agregam valor. O objetivo principal é que o transporte ocorra de maneira que reduza custos e tempo.

Dependendo do evento escolhido pelo cliente, o Buffet Realize se programará da forma que for demandada, incluindo a todas elas a parceria de fornecedores e equipes terceirizadas.

Por exemplo: se for um evento de casamento, o Buffet fará o planejamento de todo o processo do evento, como, combinar com o cliente o modelo da festa, ir atrás da decoração, da música, do cardápio, ligando para os fornecedores e fazendo a solicitação de tudo que necessitará.

Para que esse processo possa ocorrer de maneira correta sem comprometer a organização, precisa ser planejado eficientemente com baixo custo, atendendo a expectativa do cliente.

Os canais de distribuição são extremamente importantes no processo, já que compreendem a capacidade da empresa em estabelecer relacionamentos eficazes na cadeia de suprimentos e logística. O processo deve ser planejado, acompanhado e controlado pelos sócios e desenvolver sempre relacionamentos bem sucedidos entre a empresa e o cliente, e entre a empresa e as empresas terceirizadas, citando também os fornecedores. O Buffet utilizará um automóvel para auxiliar, caso necessário buscar algum recurso, ou fazer compras.

O pedido do cliente deve ser atendido com atenção, uma vez que uma das estratégias da empresa é visar à satisfação do cliente. Para que o evento funcione de forma efetiva, as empresas terceiras devem ser coordenadas pelo Buffet Realize e devem entregar os produtos certos na hora certa, no local certo, conforme combinado e com a melhor qualidade.

16.1. BENCHMARKING

Benchmarking é uma estratégia de gestão que consiste na mensuração do desempenho de uma organização, permitindo que ela compare sua **eficiência** com a de outras organizações, frequentemente com a empresa líder do segmento ou outro concorrente muito relevante.

Sendo assim, o Buffet Realize identificará seus concorrentes diretos e líderes do mercado que se inspirar e seguir, no mercado de eventos. Identificará o que será comparado com as outras empresas, para assim destacar seu diferencial, que no caso é o atendimento, e traçar um objetivo, como o de obter sucesso da forma que irá servir e tratar os clientes, e por fim analisar dados, os seus e os das empresas, para que ver no que as qualidades das outras podem se aplicar na prática, como a tecnologia, por exemplo, se muitos Buffets tem site, o Buffet Realize também pode aderir para melhorar o nível de tecnologia da empresa e acessibilidade do cliente com o Buffet, assim acrescentando ao estabelecimento uma mudança viável.

17. PRODUÇÃO

17.1. PROCESSO DE PRODUÇÃO

Para produzir um evento é necessário ter um planejamento, controle e um objetivo.

17.1.2. Desenvolvimento de um conceito para evento

No desenvolvimento de um conceito para evento, Fontes; Brito, (2002) afirma que se precisa determinar o motivo da realização do mesmo. Motivos típicos para sediar um evento incluem: comemorar para aumentar as vendas ou para arrecadar dinheiro para caridade. Levantar o dinheiro para a caridade é um conceito interessante e muitas empresas conectam uma instituição de caridade a um evento na esperança de que vai incentivar as pessoas a pagar um preço mais elevado para participar ou incentivar mais pessoas a participarem do evento - este raramente é o caso, especialmente em um mercado que é saturado com muitas instituições de caridade de valor.

Os mesmos autores acima afirmam que uma vez que a principal razão para a realização do evento foi definida o gerenciador de eventos deve desenvolver os objetivos claros para o evento. Isto pode incluir: o levantamento de uma quantidade definida de dinheiro, tendo um nível de atendimento bem como convertendo um novo cliente para clientes atuais, ganhando publicidade ou criando um fator surpresa

que vai ser falado por muito tempo após o evento. Com uma compreensão clara dos objetivos dos eventos, é possível reunir os principais interessados e debater sobre a criação do mesmo, incluindo: nome, marcas, oportunidades de promoção, o tipo e estilo do evento, data, local, tema; atividades que podem lucrar no evento; entretenimento, alto-falantes e mestre de cerimônias.

O próximo passo é o planejamento e ornamentação. É nesta fase que se precisa pensar em absolutamente tudo para tornar o evento uma realidade. Deve-se falar com o gerente de eventos e fornecedores, incluindo local, fornecedores, decoradores e artistas – tudo e todos que participaram para fazer o evento acontecer. Ao planejar um evento, a data é muito importante. Deve-se verificar se a mesma vai colidir com um feriado, férias escolares, cerimônia religiosa ou outro evento realizado no mesmo dia em que o seu público proposto não será capaz de estar presente.

Diante disso, precisa-se tomar nota das barreiras que poderiam interromper o evento. Com um planejamento minucioso e detalhado de implementações, o evento será um sucesso.

17.1.3. Execução

Conforme Meirelles (2003) a execução é definida como o ato de comandar, controlar, delegar, ligar, unir, somar e harmonizar atribuições e responsabilidades com a finalidade de atingir o objetivo proposto. É a fase de delegação de evento, na qual o profissional responsável usará as técnicas de administração para obter os resultados projetados com a efetiva participação de todos os envolvidos nos acontecimentos. De acordo com Meirelles (2003) para que se possa executar um evento, é necessário um planejamento e o controle para que todas as tarefas e serviços sejam cumpridos corretamente conforme programados juntamente com os formandos (clientes) e fornecedores.

17.1.4. Controle

Segundo Meirelles (2003) em termos técnicos, controle é a função administrativa que mede e avalia o desempenho, viabilizando a adoção imediata de

ação corretiva, quando alguma falha no processo controlado é identificada. A principal finalidade do controle é assegurar que os resultados estratégicos, táticos e operacionais de uma organização sejam alcançados.

17.1.5. Feedback pós – evento

Grande parte dos organizadores profissionais de eventos entende o pós evento com uma das fases mais importantes, pois devem ser efetuadas medidas finais e necessárias, que auxiliarão nos processos administrativos finais do evento, bem como servirão de base para relatórios, avaliações e benchmark para outras edições do evento.

Neste sentido, uma das ações importantes e que deve ser desenvolvida durante todas as fases dos eventos é o feedback, já que o pós-evento inicia na concepção e dimensionamento, pois apresenta conteúdos que serão utilizados na fase final. Segundo Phillips, Myhill e Donough (2008), os processos de feedbacks são muito importantes e um destes pode ser realizado ao final de cada evento, ou em cada dia de eventos. 46 Uma reunião de status e avaliação deve ser realizada com os membros da equipe e com os coordenadores de setores ou áreas, pois muitos dos problemas que possam ter ocorridos necessitam de uma ação imediata. Ao mesmo tempo em que o momento de feedback no dia do evento pode fazer ajustes, este auxilia na manutenção das informações, visto que uma reunião de avaliação pode acontecer dias após o evento e, neste ínterim, dados podem ser esquecidos ou perdidos.

(PHILLIPS; MYHILL; DONOUGH, 2008, p. 43).

18. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro foi desenvolvido para verificar a viabilidade do negócio, através da alocação de seus recursos financeiros.

Foram observados, efetivamente, critérios de preço e pesquisa para a realização desses cálculos financeiros.

19. INVESTIMENTO TOTAL

19.1. Estimativa dos investimentos Fixos

Os investimentos fixos do Buffet Realize, com o intuito de abertura da empresa estão detalhados na seguinte tabela. .

Tabela 1- Estimativa dos investimentos Fixos			
Investimento Fixo	Quantidade	Preço Unitário	Total
Mesa para Escritorio	3	R\$ 269,00	R\$ 807,00
Cadeira Vendedores	3	R\$ 160,00	R\$ 480,00
Cadeira Clientes	6	R\$ 90,00	R\$ 540,00
Balcão Recepção	1	R\$ 365,00	R\$ 365,00
Armário Vestiário	2	R\$ 350,00	R\$ 700,00
Microondas	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Mesa para Copa	1	R\$ 360,00	R\$ 360,00
Armário para Copa	1	R\$ 729,00	R\$ 729,00
Máquina de Café	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
Computadores	3	R\$ 1.200,00	R\$ 3.600,00
Tablets	2	R\$ 600,00	R\$ 1.200,00
Impressora	1	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00
Total			R\$ 11.541,00

O investimento fixo é composto por todos os itens comprados para o funcionamento da empresa, eles são indicados no balanço patrimonial como Ativo Fixo. Eles sofrem depreciação anual, o que diminui o seu valor estimado com base na taxa estipulada pela Receita Federal.

No caso do Buffet Realize a depreciação é separada em dois tipos: mobiliário e o eletrônico, separados assim por terem taxas de depreciação distintas.

O tempo específico de cada um e seus cálculos serão detalhados mais adiante, nesta mesma seção.

19.2. Investimento Financeiro

Este tipo de investimento é constituído pelas responsabilidades da empresa para um determinado período de tempo. Denominado Capital de Giro, ele deve ser

financeiramente capaz de cumprir com essas obrigações, mesmo que não haja venda no mês de referência.

Tabela 2- Estimativa do Investimento Financeiro	
Investimento Financeiro	
Investimento Financeiro	R\$ 50.000,00
Capital de Giro	R\$ 70.000,00

Portanto, o valor encontrado para o investimento financeiro contém o valor do capital de giro da empresa. Esse valor, como mencionado acima, é o responsável por cobrir todas as responsabilidades que a empresa adquirir em um mês. Apenas o cálculo referente ao primeiro mês foi realizado, pois os valores a serem utilizados são atualizados constantemente, de acordo com demandas mensais específicas.

19.3. Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais reúnem os valores necessários para a abertura da empresa. Cada um desses itens tem a função de auxiliar para a empresa conseguir se firmar no Mercado.

Tabela 3 - Estrutura dos Investimentos Pré- Operacionais	
Investimentos Pré-Operacionais	
Divulgação	R\$ 5.000,00
Reforma	R\$ 2.000,00
Treinamento	R\$ 4.000,00

No Caso do Buffet Realize o item com maior valor é a reforma, necessária para ajustar o local escolhido ao padrão de qualidade esperada dos serviços da empresa. O mesmo critério foi aplicado ao treinamento, que deve ser ministrado a todos os funcionários, principalmente os garçons que terão um treino diferenciado. Assim todos os funcionários conhecem os processos da empresa e consigam com

isso estarem mais engajados e em sintonia quando o Buffet Realize entrar em funcionamento.

19.4. Investimento Total (resumo)

O investimento total, como o nome já diz, é a somatória de todas as estimativas de investimentos estudadas até aqui. Esse valor é a base a partir da qual foi encontrado o valor total do Capital Social e, também, as cotas de cada sócio.

Estimativa do Investimento fixo	R\$ 11.541,00
Estimativa do Investimento financeiro	R\$ 120.000,00
Estimativa do Investimento Pré Operacional	R\$ 11.000,00
Total	R\$ 142.541,00

Como a empresa contará com três sócias, o valor dos investimentos totais, quando dividimos entre todos, não ficará tão elevado. A cota de cada um dos sócios, para o investimento da empresa é de R\$47.513,00.

Foi pesquisada os tipos de empréstimos e bancos, o banco mais acessível e escolhido pela Realize Buffet é o banco do Povo.

O valor do empréstimo será de R\$142.541,00 com um total de 36 parcelas no valor de R\$4.221,07 cada parcela. O valor total a pagar será de R\$151.958,59.

Sendo o maior contribuinte o Capital de Giro, que é essencial para viabilizar a abertura da empresa.

Custo alimentício por pessoa cardápio 1- coquetel de salgados

Água	R\$ 0,35
Bebidas alcoolicas	R\$ 2,06
Refrigerante	R\$ 1,44
Coxinha	R\$ 0,50
Bolinho de queijo	R\$ 0,55
Risolis	R\$ 0,75
Quibe	R\$ 0,50
Bolinho de bacalhau	R\$ 0,60
Bolinho de carne seca	R\$ 0,53
Bolinho de calabresa	R\$ 0,53
Bolinho de bacon com cheddar	R\$ 0,63
Bolinho de carne	R\$ 0,56
Esfirra de carne	R\$ 0,12
Esfirra de queijo	R\$ 0,11
Esfirra de calabresa com queijo	R\$ 0,14
Esfirra de frango	R\$ 0,11
Esfirra de frango com catupiry	R\$ 0,14
Esfirra de pizza	R\$ 0,13
Brigadeiro	R\$ 1,06
Beijinho	R\$ 1,11
Bicho de pé	R\$ 1,13
Bolo	R\$ 1,60
Total	14,65

Custo alimentício por pessoa cardápio 2 – Crepes

Bebidas alcoolicas	R\$ 2,06
Refrigerante	R\$ 1,44
Crepe de frango e catupiry	R\$ 1,90
Crepe de pizza	R\$ 1,94
Crepe de calabresa	R\$ 2,00
Crepe de romeu e julieta	R\$ 1,99
Crepe de banana	R\$ 0,95
Crepe de chocolate	R\$ 0,95
Beijinho	R\$ 1,11
Brigadeiro	R\$ 1,16
Bolo	R\$ 1,60

Custo alimentício por pessoa cardápio 3-Churrasco

Refrigerante	R\$ 1,44
Picanha	R\$ 6,94
Alcatra	R\$ 6,50
Maminha	R\$ 4,60
Linguiça	R\$ 3,45
Frango	R\$ 3,40
Pão de alho	R\$ 1,17
Beijinho	R\$ 1,16
Brigadeiro	R\$ 1,11
Bolo	R\$ 1,60
Total	R\$ 32,18

	Qtde Pessoas	Custa R\$	Cardápio 1	Cardápio 2	Cardápio 3
Orçamento 1	50-99		R\$1,098.75	1308,75	2413,5
Orçamento 2	100-149		R\$1,831.25	2181,25	4022,5
Orçamento 3	150-199		R\$2,563.75	3053,75	5631,5
Orçamento 4	200-249		R\$3,296.25	3926,25	7240,5
Orçamento 5	250-300		R\$4,028.75	4798,75	8849,5

Vendas Estimadas - Faturamento ano 1-

Tabela 9- Vendas estimadas		Receita total	Custo total	Lucro Bruto
Mês	Quantidade			
Janeiro	6	R\$ 300.000	R\$ 136.836,00	R\$ 163.164,00
Fevereiro	11	R\$ 550.000	R\$ 250.866,00	R\$ 299.134,00
Março	13	R\$ 650.000	R\$ 296.478,00	R\$ 353.522,00
Abril	13	R\$ 650.000	R\$ 296.478,00	R\$ 353.522,00
Maio	17	R\$ 850.000	R\$ 387.702,00	R\$ 462.298,00
Junho	9	R\$ 450.000	R\$ 205.254,00	R\$ 244.746,00
Julho	8	R\$ 400.000	R\$ 182.448,00	R\$ 217.552,00
Agosto	10	R\$ 500.000	R\$ 228.060,00	R\$ 271.940,00
Setembro	14	R\$ 700.000	R\$ 319.284,00	R\$ 380.716,00
Outubro	9	R\$ 450.000	R\$ 205.254,00	R\$ 244.746,00
Novembro	12	R\$ 600.000	R\$ 273.672,00	R\$ 326.328,00
Dezembro	13	R\$ 650.000	R\$ 296.478,00	R\$ 353.522,00
Total	135	R\$ 6.750.000	R\$ 3.078.810,00	R\$ 3.671.190,00

O faturamento do segundo ano também é promissor, com um aumento de cerca de 10% no faturamento total.

Faturamento ano - 2

Tabela 10- Vendas(estimadas)		Receita total	Custo total	Lucro Bruto
Mês	Quantidade			
Janeiro	6	R\$ 324.390	R\$ 148.701,60	R\$ 175.688,40
Fevereiro	7	R\$ 378.455	R\$ 173.485,20	R\$ 204.969,80
Março	14	R\$ 756.910	R\$ 346.970,40	R\$ 409.939,60
Abril	14	R\$ 756.910	R\$ 346.970,40	R\$ 409.939,60
Maio	20	R\$ 1.081.300	R\$ 495.672,00	R\$ 585.628,00
Junho	15	R\$ 810.975	R\$ 371.754,00	R\$ 439.221,00
Julho	14	R\$ 756.910	R\$ 346.970,40	R\$ 409.939,60
Agosto	15	R\$ 810.975	R\$ 371.754,00	R\$ 439.221,00
Setembro	15	R\$ 810.975	R\$ 371.754,00	R\$ 439.221,00
Outubro	10	R\$ 540.650	R\$ 247.836,00	R\$ 292.814,00
Novembro	11	R\$ 594.715	R\$ 272.619,60	R\$ 322.095,40
Dezembro	7	R\$ 378.455	R\$ 173.485,20	R\$ 204.969,80
Total	148	R\$ 8.001.620	R\$ 3.667.972,80	R\$ 4.333.647,20

O terceiro ano também indica aumento na receita e lucro, com um lucro bruto de R\$ 5.374.226,18.

Tabela 11-Vendas(estimadas)				
Mês	Quantidade	Receita Total	Custo Total	Lucro Bruto
Janeiro	7	R\$ 430.297	R\$ 190.681,82	R\$ 239.615,18
Fevereiro	10	R\$ 614.710	R\$ 272.402,60	R\$ 342.307,40
Março	15	R\$ 922.065	R\$ 408.603,90	R\$ 513.461,10
Abril	14	R\$ 860.594	R\$ 381.363,64	R\$ 479.230,36
Maio	22	R\$ 1.352.362	R\$ 599.285,72	R\$ 753.076,28
Junho	12	R\$ 737.652	R\$ 326.883,12	R\$ 410.768,88
Julho	11	R\$ 676.181	R\$ 299.642,86	R\$ 376.538,14
Agosto	10	R\$ 614.710	R\$ 272.402,60	R\$ 342.307,40
Setembro	15	R\$ 922.065	R\$ 408.603,90	R\$ 513.461,10
Outubro	12	R\$ 737.652	R\$ 326.883,12	R\$ 410.768,88
Novembro	17	R\$ 1.045.007	R\$ 463.084,42	R\$ 581.922,58
Dezembro	12	R\$ 737.652	R\$ 326.883,12	R\$ 410.768,88
Total	157	R\$ 9.650.947	R\$ 4.276.720,82	R\$ 5.374.226,18

19.5. Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirização.

Esta é uma análise importante, pois é a que vai ditar o gasto direcionado á composição do produto. Será então descrito todos os componentes de um evento padrão. Esta será a unidade base utilizada nos cálculos a seguir.

Esta é uma análise importante, pois é a que vai ditar o gasto direcionado á composição do produto. Será então descritos todos os componentes de um evento padrão. Esta será a unidade base utilizada nos cálculos a seguir.

Item	Valor
Decoração	R\$ 1.400
Alimentação	R\$ 12.856
Iluminação/som/DJ	R\$ 550,00
Salão	R\$ 650,00
Foto/filmagem	R\$ 500,00
Convites	R\$ 2.000,00
Celebrante	R\$ 650,00
Garçons	R\$ 600,00
Total	R\$ 19.206,00

Realize Buffet tem custo alto, pois busca a excelência no serviço e isso envolve um custo mais alto, agregando valor ao processo.

Tabela 13 - Estimativa de custo de materiais por festa Ano 2	
Item	Valor
Decoração	R\$ 1.540,00
Alimentação	R\$ 14.141,60
Iluminação/som/DJ	R\$ 605,00
Salão	R\$ 715
Foto/filmagem	R\$ 550,00
Convites	R\$ 2.200,00
Celebrante	R\$ 682,00
Garçons	R\$ 660,00
Total	R\$ 21.093,60

O material básico utilizado é o mesmo no ano anterior. Porém, com o adicional de 10%, utilizado como margem de segurança.

Item	Valor
Decoração	R\$ 1.694,00
Alimentação	R\$ 15.555,76
Iluminação/som/DJ	R\$ 665,50
Salão	R\$ 786,50
Foto/filmagem	R\$ 583,00
Convites	R\$ 2.420,00
Celebrante	R\$ 750,50
Garçons	R\$ 726,00
Total	23181,26

Assim como o segundo ano de atividade, o terceiro recebe também um adicional de 10% sobre o ano anterior.

O investimento tem como base o custo médio unitário de um evento. Foram utilizadas informações recolhidas a partir dos cálculos de custos dos materiais diretos.

20. DECISÕES NA EMPRESA

As decisões serão tomadas através de pesquisas de mercados realizados com consumidores do Buffet Realize em relação aos cardápios e eventos, em relação a partes administrativas essa decisão será tomada através de reuniões onde os sócios e os responsáveis pela aera administrativa serão convocados e analisarão as melhores decisões a se tomar por aquela situação. Já em relação a aumento de salário, a franquias e decisões envolvendo o futuro da empresa será realizada através de decisões entre os sócios que tomaram a melhor decisão possível naquele momento.

21. CONCLUSÃO

A importância do trabalho de conclusão de curso não se aplica apenas no mundo das ideias, mas sim em sua real necessidade de juntamente com o grupo, desenvolver uma empresa que dê certo no mercado, o Buffet Realize.

A empresa inova com seu serviço, que depois de pesquisas e estudos feitos tem reais chances de se desenvolver no mercado e se tornar algo cotidiano para os clientes.

Com o trabalho concluiu-se que o Buffet Realize poderá se tornar viável para crescer no mercado auxiliando os membros do grupo que ao termino do curso técnico terão um embasamento teórico e prático de como é gerir uma empresa e como atuar nos ramos da administração gerenciando eventos e festas.

22. REFÊRENCIAS

[HTTPS://meusuccesso.com/artigos/marketing/como-montar-um-plano-de-marketing-para-sua-empresa-26/](https://meusuccesso.com/artigos/marketing/como-montar-um-plano-de-marketing-para-sua-empresa-26/)

[HTTPS://sebraemgcomvoce.com.BR/2010/12/29/palno-de-marketing-analise-de-ambiente/.](https://sebraemgcomvoce.com.BR/2010/12/29/palno-de-marketing-analise-de-ambiente/)

www.administradores.com.br/mobile/artigos/marketing/conhecer-o-cliente-faz-toda-a-diferenca/76142/

http://brasil.smetookit.org/brasil/pt_br/content/pt_br/531/uma-analise-eficaz-da-c0ncorrecia/

http://googleweblight.com/?Lite_url=http://marketing/&ei=eqpndp/mx&lc=ptbr&5=1&m=6888host=www.google.com.br&ts=1457656001&Allaj4j-8koqcow2/7umxja_brka

<http://controlefinanceiro.granatum.com.br/dica/os-6-pricipios-do-bom-atendimento-ao-cliente>

[HTTPS://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/)

<http://controlefinanceiro.granatum.com.br/dica/os-6-pricipios-do-bom-atendimento-ao-cliente>

<http://www.facped.com.br/arquivos/08.Ebook-GuiaRapidoAnaliseSWOT.pdf>

Livro “Gestão de desempenho” – Vera Lúcia de Souza, Irene Badaró Mattos.

Livro “Gestão de serviços” – Eduardo Santiago Spiller, Daniel Plá.

Livro “Administração de marketing” Philip Kotler, Kevin Lan Keller.

<http://www.sistemabuffet.com.br/gestao-de-buffets/7-dicas-de-como-treinar-garcons-de-buffet/>

