



Restaurante de Sucesso

Dicas do Sebrae-SP para o seu restaurante



Alimentação Fora do Lar como oportunidade

2



Tenha uma cozinha eficiente

3



Monte um time de sucesso

5



Melhore o atendimento e surpreenda o cliente

7



Potencialize seus resultados

8



Alimentação Fora do Lar como oportunidade



O segmento de alimentação fora do lar é um dos mais importantes para o desenvolvimento econômico brasileiro, principalmente quando observarmos o crescimento entre 2011 e 2014, de R\$ 121 bilhões para R\$ 157 bilhões, representando uma média de crescimento de 9% ao ano.

Diversos fatores explicam a aceleração do setor, mas os principais foram: o crescimento da renda das famílias brasileiras nos últimos dez anos; a maior participação das mulheres no mercado de trabalho; o aumento do número de estabelecimentos; a melhoria da oferta de pontos comerciais; o fomento ao empreendedorismo; as mudanças nos hábitos de consumo dos brasileiros devido à crescente urbanização; além de outros fatores que levaram os consumidores buscarem cada vez mais produtos ou serviços de conveniência e praticidade para suas experiências de consumo.

As escolhas feitas pelos consumidores brasileiros contemplam vários tipos de estabelecimentos, entre eles destacamos: restaurantes por quilo, padarias, bares, lanchonetes, food trucks e similares que oferecem uma infinita variedade de refeições, desde pratos feitos populares até cardápios refinados, passando pela culinária de vários países e culturas.

Diariamente, mais de 65% dos brasileiros costumam comer fora de casa. É um total de, aproximadamente, 130 milhões de pessoas que, pela comodidade no trabalho ou na folga, decidem fazer suas refeições em um estabelecimento. A participação do segmento no gasto das famílias com alimentação saltou de 24,1% em 2002 para 33,3% em 2014.

Apesar do segmento ter se fortalecido nos últimos anos, o momento atual pede mudanças. A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) estima um resultado de R\$ 160 bilhões para 2016 frente aos R\$ 178 bilhões de 2015, resultado decorrente da desaceleração da economia brasileira que pressiona o orçamento doméstico, fazendo com que um a cada três brasileiros tenham reduzido seus gastos. Em 2014, o grupo de alimentos e bebidas foi responsável por 31% do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Frente a este cenário desafiador, é necessário observar as tendências. Sem esquecer de considerar que uma tendência de mercado leva à propensão de mudanças de hábitos dos consumidores. O Sebrae-SP e a Abrasel-SP convidam você, empreendedor, a conhecer as seguintes tendências:

Saúde e bem-estar

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 38% foi o crescimento da expectativa de vida da população brasileira e mais de um terço dos brasileiros terá mais de 60 anos em 2060 – atualmente, a parcela é de 11%. Muitas descobertas científicas que relacionam doenças e o tipo de dieta das pessoas vêm possibilitando o surgimento e aumento de segmentos de consumo como alimentos funcionais, nova geração de produtos naturais para dietas e controle de peso.

Experiências gastronômicas

- Valorizar as experiências gastronômicas. Criar interesse pela combinação de alimentos e bebidas.
- Utilizar novas texturas nos alimentos. Aumentar a oferta de produtos e sabores regionais.
- Promover experiências gastronômicas na compra de produtos ou serviços

Conveniência e praticidade

Alguns pontos de destaque:

- Atendimento ágil e que ofereça facilidade no pagamento
- Localização acessível
- Apostar em serviços de delivery e de apps.
- Criar opções de embalagens de produtos que possam ser consumidos em deslocamento a pé, no carro ou transporte público.
- Verificar a viabilidade de criar porções menores para atender famílias pequenas ou pessoas solteiras e idosas.
- Para cidades menores ou bairros, apostar em estabelecimentos com grande variedade de produtos de diversas marcas, com cardápios e serviços diferentes.

Sustentabilidade e ética

Cada vez mais os consumidores estão preocupados com o impacto ao meio ambiente. A atenção voltada para a economia de recursos, principalmente naturais, faz com que as empresas busquem engajamento na produção ou comercialização de produtos ou serviços sustentáveis.

- Evitar o desperdício usando 100% dos alimentos nas receitas.
- Contribuir para o desenvolvimento regional buscando fornecedores locais a exemplo da agricultura familiar.
- Ter coleta seletiva. Destinar corretamente os resíduos
- Ter sistema de cisternas para aproveitar água da chuva.



Tenha uma cozinha eficiente



Organização física da cozinha

Antes de comprar equipamentos de cozinha, é fundamental definir o cardápio e o tipo de serviço oferecido, evitando investir em equipamentos que não serão utilizados no processo de produção.

Gestão do alimento

Já que o alimento é tão valioso, é indispensável saber comprar, armazenar e preparar o mesmo de forma assertiva. Essas práticas evitam o desperdício dos alimentos e dos recursos financeiros da empresa.

Planejamento de compras

Quem compra o alimento de um restaurante tem que conhecer bons fornecedores, produtos de qualidade, entender a safra de cada produto, saber negociar preço e prazo de entrega.

 Seja exigente com o seu fornecedor. Afinal, é o produto dele que vai entrar no seu restaurante e ser servido aos seus clientes.

 Observe as condições do entregador e do transporte do alimento.

 Verifique a especificação da nota fiscal dos produtos recebidos.

 Cheque a data de validade, peso, número de registro no órgão responsável (se houver). Se for de origem animal, checar o Selo de Inspeção Federal, Estadual ou Municipal (ele é a garantia de que esses produtos foram inspecionados quanto à sua procedência).

 Observe se as condições sensoriais estão normais (cor, sabor e cheiro) e as embalagens em boas condições e limpas.

 Caso receba mais de um fornecedor ao mesmo tempo, dê prioridade aos seguintes itens: alimentos refrigerados, alimentos congelados, alimentos mantidos em temperatura ambiente e produtos não perecíveis.

 Exija padrões de qualidade do seu fornecedor

- Boas práticas de Fabricação (BPF);
- Procedimentos de Padrão de Higiene Operacional (PPHO);
- Procedimento Operacional Padronizado (POP);
- Análise de perigos e pontos críticos de controle (APPCC).

 Não deixe de visitar pessoalmente seu fornecedor.

Sanitização

Os negócios de alimentação fora do lar, que se destinam a servir alimentos diretamente ao consumidor, tem uma responsabilidade muito grande com a qualidade de seus produtos e serviços, especialmente no que se refere à garantia de segurança alimentar.

As boas práticas são um conjunto de procedimentos higiênicos-sanitários instituídos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) órgão fiscalizador que, principalmente, por meio da Resolução RDC 216 de 16/09/2004, regulamenta as boas práticas para serviços de alimentação.

Importante: Verifique, por meio da vigilância sanitária de seu município, se há legislações municipais que também regulamentam a atividade.

O responsável pelas atividades de manipulação deve ser comprovadamente submetido a um curso de capacitação

Os negócios de alimentação fora do lar devem dispor de Manual de Boas Práticas (MBP) e de Procedimentos Operacionais Padronizados (POPs).





Tenha uma cozinha eficiente



Armazenamento

Após receber a mercadoria e realizar a sanitização, o próximo passo é armazenar os alimentos nos locais apropriados. Adquirir alimentos em grandes quantidades para conseguir bons preços é uma estratégia bem comum, já que os fornecedores costumam dar descontos a quem compra mais. Porém, quando a mercadoria chega, vem a pergunta: onde armazenar tudo o que foi comprado?

Verifique se todas as pessoas envolvidas nos processos de compras conheçam bem as dimensões dos locais de armazenamento, tanto do estoque seco quanto das geladeiras e freezers. A regra é: se não vai caber, não vale a pena comprar!

Estoque

A gestão de estoque de um restaurante é uma tarefa muito delicada, visto que a matéria-prima armazenada tem alto valor. Esta tarefa se torna ainda mais difícil quando levamos em conta que a matéria-prima deve estar sempre disponível quando solicitada pelo cliente dentro do prazo de validade.

 Faça uma revisão periódica do cardápio, descontinuando pratos sem popularidade e baixa margem de lucro.

 Verifique a necessidade de insumos para uma estimativa de pessoas/cliente.

 Realize cotações de preços e efetue o pedido dos insumos ao fornecedor.

 Retire os insumos necessários para realizar o cardápio do dia e aproveite os alimentos em sua totalidade.

Preparo de alimentos

O fluxo de preparo de alimentos deve ser avaliado, de forma a não permitir o cruzamento de produtos de áreas sujas (pré-preparo/recepção) com os das áreas limpas (preparo/montagem).

Se no seu espaço físico não for possível ter áreas separadas, deve existir no mínimo um local para pré-preparo (produtos crus) e um local para preparo final (cozinha quente e cozinha fria), além das áreas de retorno e lavagem de utensílios sujos, evitando a contaminação cruzada.

Cozinha Quente: Área para o preparo das principais produções culinárias quentes. Deve ficar próxima à “boqueta” para que os pratos cheguem à mesa dos clientes ainda quentes. **Equipamentos básicos:** forno (convencional ou combinado), fogão, chapa ou grelha, coifa, fritadeira e refrigeradores.

Cozinha Fria: Área para o preparo das produções culinárias frias. Deve estar próxima às geladeiras para evitar deslocamentos excessivos e impedir que o calor dos fogões danifique as preparações. **Equipamentos básicos:** geladeira, cortador de frios, liquidificador e processador de alimentos.

Confeitaria: Área destinada especificamente à produção de pães e doces. Deve ser refrigerada, e os utensílios não devem ser misturados com os das outras áreas. **Equipamentos básicos:** geladeira, freezer, forno, batidoira e liquidificador.

Limpeza: Área para higienização de pratos, panelas etc. **Equipamentos básicos:** máquina de lavar e pia tipo cuba.

Copa: Área de apoio para os garçons onde são guardados os utensílios para a montagem do salão e também é feita a lavagem e higienização desses objetos. Deve ficar próxima à porta de saída da cozinha para o salão. **Equipamentos básicos:** máquina de lavar louças e máquina de gelo (freezer).

Quer saber mais? Inscreva-se no Programa Alimentos Seguros (PAS) em um dos escritórios do Sebrae-SP.

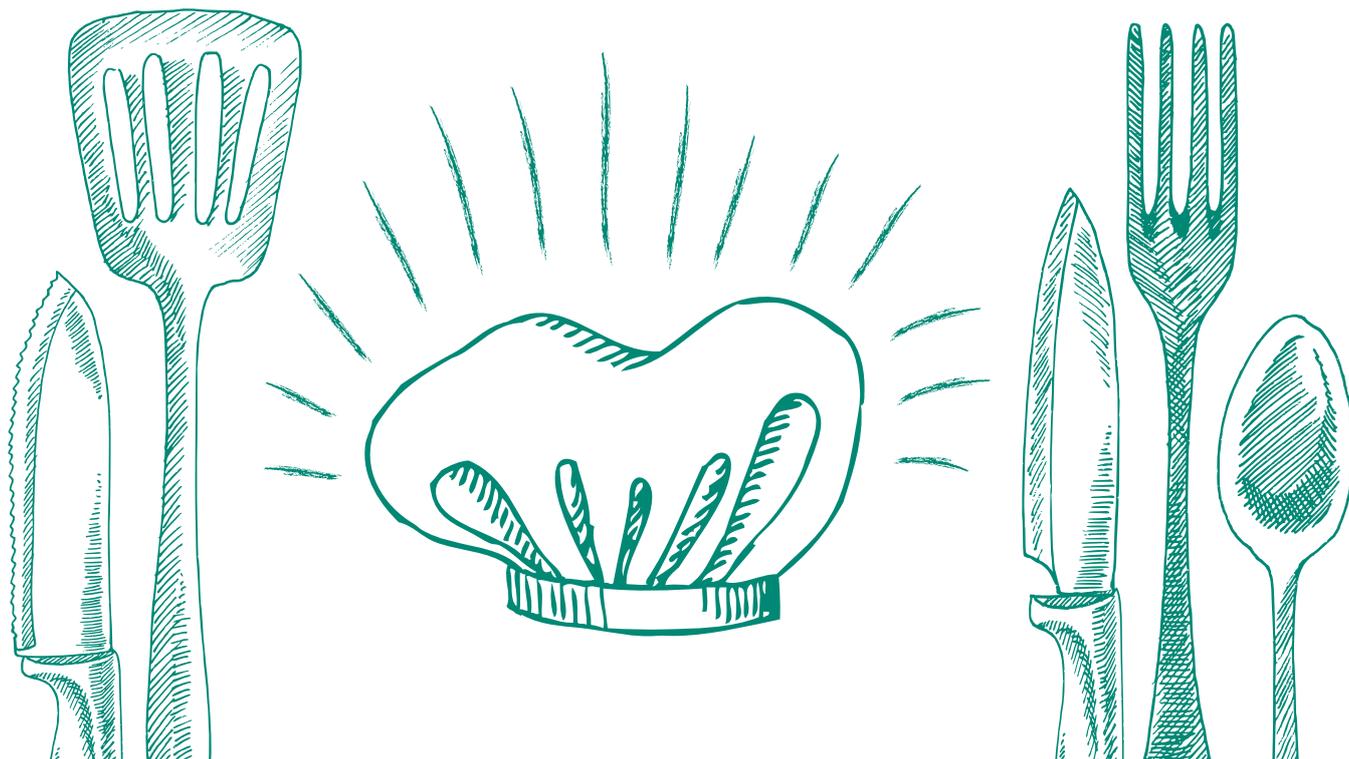
O PAS é voltado para melhorar os processos e produtos dos negócios de alimentação fora do lar. Pode evitar multas ou fechamentos dos mesmos. Auxilia na organização dos processos de produção, além de reduzir os desperdícios de matérias-primas sejam in natura ou processada.

Trata-se da implantação orientada das Boas Práticas de Fabricação e Manipulação de Alimentos (BPF) e Procedimentos Operacionais Padronizados (POPs) em atendimento às legislações específicas de segurança dos alimentos.





Monte um time de sucesso



Recrutamento e seleção

Contratar funcionários para sua empresa é um passo importante e estratégico, por isso, invista tempo e atenção em todo o processo de recrutamento e seleção.

Planejamento

A maioria das necessidades de contratação pode ser prevista. Planeje os processos seletivos para serem realizados com qualidade e eficiência. Principais eventos que geram necessidades de contratação:

- Férias, licenças, aumento de demanda, expansão da empresa, substituição de alguém que será promovido ou demitido.

Descrição de cargo e definição de perfil

Descreva as atividades do cargo que pretende preencher, indique a escolaridade, o tempo de experiência e quais competências são importantes para o desempenho daquela função.

Divulgação da vaga

Se não for possível promover alguém internamente para a vaga, será necessário buscar outras fontes de recrutamento.

Fontes de recrutamento: Posto de Atendimento ao Trabalhador (PAT), Sindicatos, Associações de classe e entidade associativas (SESI, SENAI, SESC, SENAC, etc), Escola de ensino regular, escolar técnicas e faculdades, entre outras.

Análise dos currículos e preparação da entrevista

A seleção começa com a leitura atenta dos currículos recebidos. Depois de análise dos currículos recebidos, separe aqueles que parecem mais adequados e prepare-se para as entrevistas. Além disso, também é importante:

- Reservar um lugar adequado para a entrevista.
- Evitar ser interrompido.
- Atender o candidato no horário programado.

Seja um bom entrevistador!

- Procure manter neutralidade em relação ao candidato.
- Esqueça preconceitos.
- Procure ouvir com atenção.
- Lembre-se de que o candidato pode estar nervoso, ansioso, portanto, procure deixá-lo mais tranquilo.
- Tenha controle emocional,
- Mantenha o foco na entrevista e no candidato,
- Não se deixe manipular,

Teste prático: caso julgue necessário fazer um teste prático com o candidato, fique atento para organizar e monitorar o teste, utilizando o menor tempo possível. Os produtos realizados em testes não podem ser comercializados.

Contratação e integração

Faça a escolha pelo candidato que seja mais adequado para sua vaga, considerando os conhecimentos, a experiência e as atitudes. Não esqueça de promover ao contratado uma integração com a equipe e lembre-se que o mesmo estará em período de experiência, necessitando de treinamento e capacitação.

Motivação

A motivação é um impulso interno, está dentro de nós. Tudo o que os líderes ou gestores podem fazer é estimular, incentivar, provocar a motivação.

**PESSOAS MOTIVADAS
PRODUZEM MAIS E MELHOR!**

Motivação = MOTIVO para AÇÃO



Monte um time de sucesso



Comunicação

Comunicação não é o que nós falamos, mas o que as pessoas entendem.

Comunicação interna

É por meio do processo de comunicação interna nos quais os colaboradores da empresa sabem como devem agir para alcançar os resultados previstos.

Endomarketing

O objetivo do endomarketing é conseguir a atração e retenção de clientes externos, a partir da satisfação dos funcionários em trabalhar na empresa.

Treinamento

Planejamento

- Programe as ações de treinamento para os períodos de menor movimento da empresa, para não comprometer a realização dos trabalhos.
- Recursos financeiros: sempre que possível, deve haver previsão de recursos financeiros para suprir os investimentos em treinamento de sua equipe.

Realização de treinamento

Programar cronograma, local, intervalos, matérias e, se atentar, caso o treinamento seja externo (custos de deslocamento e alimentação).

Avaliação de treinamento

Todas as atividades de treinamento devem ser avaliadas para que se tenha certeza de sua eficácia ou não.

Liderança

Bons resultados com sua equipe de trabalho dependem de vários fatores: contratar a pessoa certa, colocar no lugar certo, comunicar, treinar, motivar e, principalmente, liderar.

Delegar as principais vantagens da delegação são:

- Quando o chefe sai, o setor ou empresa não param.
- Há mais produtividade nas atividades a serem realizadas.
- O trabalho fica mais organizado.
- A equipe fica mais motivada.
- O líder tem mais tempo para atividades importantes que só ele pode fazer.

Feedback não é “Opinião”, não é “Bronca” e não é “Conselho”. Feedback é uma informação para obtenção de resultados. **Estrutura do feedback:**

- A primeira etapa é “identificar a situação”, ou seja, o feedback deve se basear em situações concretas, que existiram de fato.
- A segunda etapa é “descrever o comportamento”, evitando julgamentos, descrevendo o comportamento observado.
- A terceira etapa é “descrever os impactos” do comportamento, para o que o funcionário possa entender porque é importante que ele modifique seu modo de agir.
- A quarta etapa é dizer ao funcionário qual é “o resultado esperado” após o feedback, para que ele possa entender, por mais óbvio que possa parecer, qual é o comportamento que se espera dele.

Retenção

A retenção de um talento na empresa começa com a clareza e veracidade dos processos que o colaborador irá vivenciar, ou seja, a seleção, a identidade das pessoas com o trabalho que realizam, remuneração, senso de justiça interna, a carreira, o reconhecimento e a qualidade de vida.



Melhore o atendimento e surpreenda seu cliente



Atendimento

Uma grande falha dos negócios de alimentação fora do lar é a falta de padronização em atendimento e seus processos. Não apenas dentro da cozinha na área de produção e manipulação, mas no setor de atendimento ao cliente também.

Utilize ferramentas de padronização

– Procedimento Operacional Padrão (POP)

O POP é um passo a passo do que, quando e como deve ser feita determinada ação ou até mesmo descrevendo como o colaborador deve atuar.

POP Atendimento Garçon (exemplo):

1. Cumprimente – em até 15 segundos
2. Leve os clientes até a mesa e dê informações
3. Pegue o pedido e faça recomendações
4. Verifique e faça um segundo pedido de bebidas
5. Limpe a mesa
6. Leve o cardápio de sobremesa e ofereça café
7. Leve a conta
8. Despedida

Além do exemplo acima, há POPs básicos que cada restaurante, bar ou similar devem desenvolver para o estabelecimento de padrões, gerando assim, consistência em seu atendimento.

*Para desenvolver os seus POPs saiba mais no Programa Receita de Sucesso do Sebrae-SP.

Realize pesquisa de satisfação com os clientes

A pesquisa deverá oferecer informações sobre o que pode ser melhorado na empresa, além da possibilidade de obter o contato dos clientes e criar um banco de dados para envio de promoções, e-mail mkt, sms, etc.

Fachada

- A fachada é fundamental para o marketing do estabelecimento, pois funciona como um cartão de visitas e uma forma de diferenciar-se da concorrência (é o primeiro impacto visual da empresa);
- Inclui todo a área frontal do estabelecimento como: muros, paredes, luminosos, iluminação e calçadas.
- As cores da fachada, nomes, símbolos, luminosos e letreiros merecem atenção especial, pois transmitem muitos significados e podem ajudar ou atrapalhar na atração do cliente.
- Atende-se a legislação municipal (quando houver) em relação a metragem dos luminosos, letreiros e seus conteúdos.
- Adeque a calçada e o interior do estabelecimento de acordo com as legislações de acessibilidade.

Comunicação interna:

- Aproveite todos os pontos de contato com o cliente, como mesas, paredes, banheiros, caixa, entre outros, para expor a marca, eventos, promoções e ações do estabelecimento;
- Crie uma imagem dominante, mas evite a poluição visual

- A música cria um envolvimento no ambiente do salão, portanto deve estar de acordo com o perfil do público, a proposta do estabelecimento e adequada à legislação (ECAD).
- Atenção a sonorização, ventilação e iluminação empregadas no ambiente. Tudo deve estar de acordo com o perfil do público e com a proposta do estabelecimento.

Cardápio

O cardápio é o primeiro item que solicitamos ao entrar em um estabelecimento. É um meio de informação, venda e publicidade do estabelecimento. Além de auxiliar na escolha de alimentos e bebidas, é uma ferramenta de marketing para alavancar e impulsionar as vendas dos produtos do estabelecimento.

Seu layout deve receber cuidados especiais com relação à sua composição, redação e apresentação. Além disso, a redação e a correção gramatical devem ser impecáveis.

Esteja atento a todo o momento para que o cardápio permaneça sempre limpo, sem resíduos de gordura, alimento ou sujeira. Escolha um material na confecção do cardápio que facilite a limpeza.

O cliente pode ter uma sensação de falta de higiene do estabelecimento como um todo se o cardápio não estiver apropriadamente limpo durante a operação do restaurante.

Sinalização Obrigatória

Atendimento Preferencial:



Proibição da venda de bebidas alcoólicas:



Tabagismo (lei antifumo):



Exigência de nota fiscal:



Código de Defesa do Consumidor: a Lei nº 12.291/2010 torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, bem como a fixação de placas com o telefone para contato do Procon e delegacias locais.

Telefones úteis – Procon e Delegacia:

A Lei nº 2.831/1981 obriga os estabelecimentos comerciais e os de prestação de serviço a afixarem, em lugar visível, o endereço e o número dos telefones do Procon e da delegacia de polícia

Atente-se para os aspectos regulatórios do seu município.



Potencialize seus resultados



Controles Financeiros

Mantenha os números da sua empresa sempre atualizados para elaborar o planejamento financeiro eficiente e que sirva como suporte para tomadas de decisões estratégicas e operacionais.

Exemplos de Controles: Balancete Gerencial; Fluxo de Caixa, Demonstrativo de Resultados (DRE) e Orçamento anual.

Atenção: Para uma apuração correta dos controles financeiros mantenha as contas pessoais longe das contas da empresa.

Utilize Indicadores de Desempenho

Existem inúmeros indicadores para a mensuração de desempenho da empresa: financeiros, operacionais, qualitativos e comerciais. Por exemplo:

- Ticket médio: trata-se do valor médio gasto pelo cliente a cada compra efetivada.
- Números de refeições servidas por mês
- Faturamento Bruto Mensal
- Pesquisa de satisfação do Cliente.

Estabeleça o preço de venda

Estabelecer o preço de venda é uma das decisões mais importantes, deve considerar:

$$\begin{matrix} \text{CUSTOS} \\ + \\ \text{DESPESAS} \\ + \\ \text{MARGEM DE LUCRO} \end{matrix} = \text{PREÇO DE VENDA}$$

Atenção:

Para a definição de um preço competitivo é importante que o empresário conheça o mercado onde está inserido (localidade, público alvo, concorrência, qualidade e serviços agregados) e verifique se o seu preço de venda está adequado as condições indicadas.

Fique Atento:

- Identifique o perfil do público que irá atender;
- Defina a proposta de ambientação do estabelecimento;
- Pesquise se o ponto comercial escolhido está adequado ao perfil do público, sua localização e a regularização do imóvel;
- Busque as informações e dados de mercado para a definição do investimento necessário e prazo de retorno do capital.
- Defina ações de marketing para atrair, manter e fidelizar os clientes.

Para mais informações de abertura do seu estabelecimento de Alimentação Fora do Lar ou melhoria do seu empreendimento já existente procure:

Sebrae-SP

- Programa Receita de Sucesso
- Programa Sebrae-SP de Alimentação Fora do Lar
- Treinamentos tecnológicos
- Capacitação em Gestão
- Soluções on Line (cursos, e-books, vídeos e artigos);

Abrasel: Associação brasileira de bares e restaurantes.

Parceiro:

