



RESTAURANTE NATURAL



APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO.....	3
MERCADO.....	7
OPORTUNIDADES: PRODUTOS SAUDÁVEIS, ECOLOGICAMENTE CORRETOS E COMPETITIVOS	9
AMEAÇAS: USO SEM ACOMPANHAMENTO MÉDICO OU NUTRICIONAL.....	9
LOCALIZAÇÃO	10
ESCOLHA DA REGIÃO ALVO.....	11
DEFINIÇÃO DO IMÓVEL.....	11
EXIGÊNCIAS LEGAIS ESPECÍFICAS	13
ETAPAS DO REGISTRO.....	14
ESTRUTURA.....	16
PESSOAL	20
EQUIPAMENTOS	23
MATÉRIA PRIMA / MERCADORIA.....	25
ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO.....	29
AUTOMAÇÃO	33
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO.....	35

INVESTIMENTOS.....	37
CAPITAL DE GIRO	39
CUSTOS	41
FIXOS	42
VARIÁVEIS.....	42
TARIFA ADMINISTRADORA CARTÕES DE CRÉDITO.....	42
DIVERSIFICAÇÃO / AGREGAÇÃO DE VALOR	43
DIVULGAÇÃO.....	46
INFORMAÇÕES FISCAIS E TRIBUTÁRIAS	48
EVENTOS	51
ENTIDADES EM GERAL	57
NORMAS TÉCNICAS.....	61
DICAS DO NEGÓCIO	65
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DO EMPREENDEDOR..	67
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	69
GLOSSÁRIO	72
EXPEDIENTE	74



RESTAURANTE NATURAL

APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO



AVISO:

Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Comer de maneira natural nunca esteve tão em alta. Mais que um modismo passageiro, a alimentação saudável vem se unir aos bons hábitos da vida, tais como fazer atividade física, não fumar, beber moderadamente, dormir bem, entre outros.

Antes associada a comida insossa e sem cor, atualmente, a alimentação natural aparece de forma criativa, atraente e variada. Hoje, em praticamente todas as grandes cidades brasileiras existem “restaurantes naturais” – em geral bufês vegetarianos orgânicos ou não. Um cardápio vegetariano pode ser tão diversificado e saboroso quanto o de restaurantes convencionais. Os legítimos restaurantes naturais são aqueles que não utilizam ingredientes industrializados e, sempre que possível, só oferecem produtos orgânicos. A partir daí, há uma ampla variedade de estilos. Há os 100% vegetarianos, aqueles que servem comida crua (nada é feito usando fogo a uma temperatura acima de 40°C), aqueles que utilizam ovos e leite e até aqueles que servem carnes brancas.

De uma maneira geral, os restaurantes naturais são ovo-lacto-vegetarianos (com ovos e laticínios). Não servem carne. Alguns deles oferecem opções para os vegans, aqueles que não comem nada derivado dos animais.

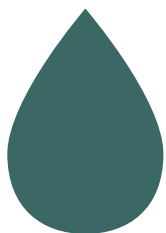
Além disso, nos últimos anos, os restaurantes naturais têm sido associados à sustentabilidade e preservação da natureza. Tais empreendimentos primam pela oferta de produtos livres de pesticidas e outros compostos químicos nocivos ao meio-ambiente sendo fortes aliados na preservação das nossas fontes naturais.

Com o intuito de seguir essa tendência, alguns empreendedores têm investido em práticas de sustentabilidade, ou seja, ecologicamente corretas. Estas podem ser adotadas em qualquer estabelecimento seja ele residencial ou comercial.

Nos restaurantes naturais, por exemplo, as medidas ecológicas podem ser perfeitamente aplicadas, oferecendo assim uma refeição saudável e sustentável aos clientes. De acordo com a ONG americana The Green Restaurant Association (fundada em 1990 com o objetivo de criar uma indústria ecologicamente sustentável de restaurantes), há alguns requisitos que devem ser preenchidos para que um estabelecimento possa ser credenciado em sua rede, que vão desde a maneira de produzir os alimentos até a madeira escolhida para os móveis.

Site  **Clique aqui para acessar o site Dinegreen**

A ONG avalia os itens atribuindo pontos por meio de um questionário dividido em 7 setores como relacionamos a seguir:



A EFICIÊNCIA DA ÁGUA

Um restaurante médio pode utilizar no máximo 300 mil litros de água por ano. O objetivo disso é promover a eficiência e a conservação de água em instalações de serviços de alimentação. São observados, por exemplo, a vazão de água nas torneiras, modelos de descargas nos banheiros, tipos de válvulas em mangueiras, painéis solares, como são lavadas as roupas dos funcionários, etc.



REDUÇÃO DE RESÍDUOS E RECICLAGEM

Um restaurante médio pode produzir somente 150.000 toneladas de lixo por ano. O objetivo disso é estimular os restaurantes a não produzirem resíduos, aumentando o estoque de itens reutilizáveis, reciclagem e compostagem.



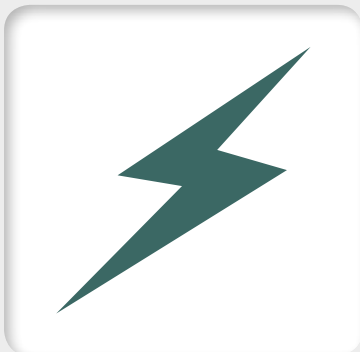
MÓVEIS E MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

O objetivo aqui é incentivar especialmente instalações novas a tomarem decisões de compras ambientalmente responsáveis no que diz respeito a móveis e materiais de construção. São observados, por exemplo, metragem de piso, carpete reciclado, paredes, painéis, tintas, portas, etc.



COMIDA SUSTENTÁVEL

A indústria alimentícia tem o poder para influenciar a cadeia de abastecimento alimentar. Como resultado das decisões de compra do restaurante, a indústria pode minimizar alguns dos efeitos negativos da produção industrial, produção de carne, uso de agrotóxicos, diminuição da pesca e transporte de alimentos, e avançar no apoio sustentável local, privilegiando a agricultura familiar e alimentos orgânicos.



ENERGIA

Os restaurantes são os maiores consumidores de energia elétrica no setor comercial.

Busca-se aqui estimular os estabelecimentos a se tornarem neutros na emissão de carbono e usar apenas fontes de energia sustentáveis, ou seja, proveniente de equipamentos mais eficientes, compensando o consumo com fontes renováveis de energia limpa.



DESCARTÁVEIS

O objetivo deste tópico é desestimular nos restaurantes o uso de produtos que tenham matérias-primas extraídas de recursos virgens, como as que são feitas à base de petróleo, por exemplo. Em vez disso, os restaurantes devem usar produtos que são feitos de materiais biodegradáveis, ou materiais que tenham sido previamente reciclados e transformado em novos produtos.



QUÍMICA E REDUÇÃO DE POLUIÇÃO

Poluição do ar e da água são as principais questões da nossa sociedade. Nesta seção, a ONG oferece aos restaurantes ferramentas para reduzir seus impactos sobre as alterações climáticas, poluição do ar e degradação do solo. Além disso, são mudanças que vão beneficiar também a saúde humana.

Nessa perspectiva, o aumento na demanda do público por restaurantes com um cardápio mais saudável e ecologicamente correto oferece excelentes oportunidades de negócios para empreendedores competentes e atentos com as últimas tendências de mercado.



Clique aqui para acessar o site gestão de restaurantes



MERCADO



No setor de alimentos e bebidas, especificamente o segmento “natural”, obteve nos últimos seis anos, um crescimento de 82%, de acordo com pesquisa de mercado elaborada pelo Euromonitor. De 2004 a 2009, o segmento saltou de US\$ 8,5 bilhões para US\$ 15,5 bilhões. O levantamento abrangeu as vendas no varejo de produtos diet e light, alimentos funcionais fortificados, orgânicos, além de produtos específicos para intolerância a certos alimentos.

Segundo a pesquisa, os principais fatores que impulsionaram a ascensão deste tipo de alimentos na mesa do brasileiro foram o crescimento da população com idade superior a 65 anos e o maior poderio econômico exercido pela classe C no País.

Na opinião de Shandra Aguiar, coordenadora do Núcleo de Educação do Consumidor e Administração Familiar (Educon), do Departamento de Economia Doméstica da Universidade Federal do Ceará (UFC), os motivos vão além. Para ela, a maior conscientização do público em relação à educação alimentar também é um contribuinte para a popularização dos alimentos e bebidas saudáveis. “As pesquisas, desde 1970, vêm mostrando que boa alimentação aumenta qualidade de vida. Comendo bem, vive-se mais. Mas ainda há uma parcela da população que precisa ser conscientizada”, pondera.

De acordo com o Euromonitor, produtos com qualidades nutricionais mais elevadas e com potencial de prevenção de doenças têm revigorado a indústria alimentícia, ao mesmo tempo em que os avanços científicos na área da saúde têm atraído investimentos mais volumosos de empresas do segmento.

No Brasil, o setor de alimentos e bebidas que possuem ligação com a saúde e o bem-estar oferece oportunidades de negócio em várias cidades de pequeno, médio e grande porte. Alguns dados confirmam este potencial de crescimento:

- O setor de alimentação saudável teve um crescimento de 870% nos últimos 10 anos.
- A proporção de jovens com sobrepeso quadruplicou nos últimos trinta anos e chegou a 14% na faixa etária dos 8 aos 18 anos. A culpa é da vida sedentária e do excesso de comida industrializada, rica em farináceos e gorduras. O efeito perverso deste ganho precoce de peso é o aumento das doenças cardiovasculares e do diabetes tipo 2.
- 40% da população brasileira estão acima do peso.
- Como afirmam os dados da Sociedade Brasileira de Cardiologia, 30% dos brasileiros têm colesterol acima do nível recomendado (200 miligramas por decilitro de sangue).
- 80% dos jovens afirmam em pesquisas procurar alimentos mais saudáveis e naturais.
- 35% dos domicílios brasileiros consomem produtos diet e light.
- 21% consomem produtos orgânicos.
- 47% não deixam de consumir produtos saudáveis por causa do preço.
- Nos últimos 10 anos o comércio de alimentos diet e light cresceu 800% no Brasil, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Educação para o Consumo de Alimentos e Congêneres (IBCA).

Para empresas menores e novos empreendimentos, existem oportunidades em diversos níveis da cadeia produtiva dos alimentos e produtos naturais, em novos segmentos e em nichos específicos de um mercado que, segundo projeção do Euromonitor, deve crescer outros 39% até 2014 e movimentar um total de US\$ 21,5 bilhões no Brasil.

OPORTUNIDADES: PRODUTOS SAUDÁVEIS, ECOLOGICAMENTE CORRETOS E COMPETITIVOS

Os produtos naturais seguem uma tendência de mercado cada vez maior pois apresentam vantagens praticamente indiscutíveis para o bem-estar e para saúde dos consumidores dentre as quais podemos assinalar:

- Uma “tecnologia natural” que respeita o meio-ambiente e também as pessoas que trabalham com esse tipo de produto;
- São alimentos mais saudáveis, nutritivos e com menor teor calórico;
- Tais produtos contém muito poucos pesticidas, químicos e outros produtos que podem fazer mal à população.

Um dos “filões” que este mercado apresenta são os produtos ecologicamente corretos. A preocupação com o meio-ambiente tem aumentado no Brasil e concomitantemente uma necessidade de adquirir-se produtos que se enquadrem nessa categoria.

O empreendedor que deseja construir um diferencial nesse mercado pode oferecer uma gama de produtos ecológicos certificados por instituições responsáveis.

Como citado na reportagem publicada em 2010 pelo site **gestão de restaurantes**, a sustentabilidade, bem implantada, com mudanças efetivas de práticas e modelos, impacta positivamente na reputação de um estabelecimento, torna a cadeia produtiva mais eficiente, reduz os riscos inerentes à operação, facilita os financiamentos, possibilita atrair e manter talentos, valoriza a marca, as ações no novo mercado e o mais importante, influencia o padrão de consumo das pessoas.

Contudo, ter um restaurante natural, repleto de painéis solares, em frente a um ponto de ônibus e com um amplo estacionamento de bicicletas pode não ser exatamente o que o consumidor busca. Tão importante quanto ser uma empresa sustentável é ter uma imagem positiva e de vanguarda na mente do consumidor. É fazer com que ele escolha seu estabelecimento quando optar por hábitos mais saudáveis e conscientes.

Aqui no Brasil, há restaurantes que, por iniciativa de seus próprios chefs, estão cada vez mais ecológicos. Ainda que a culinária não seja especificamente orgânica, muitos priorizam uma comida mais brasileira, feita de alimentos produzidos regionalmente e de alguma maneira tentam optar por políticas mais sustentáveis e, aos poucos, vão se adaptando ao novo modelo. O importante é se mobilizar para as mudanças!

AMEAÇAS: USO SEM ACOMPANHAMENTO MÉDICO OU NUTRICIONAL

É importante lembrar que vender alimentos naturais, apesar de parecer uma atividade simples, exige do empreendedor um conhecimento aprofundado dos produtos que está comercializando. Nesse sentido, procure uma formação especializada sobre o setor e conheça o que estão oferecendo seus concorrentes. Ainda é importante lembrar que a manipulação e a montagem de cardápios alimentares devem ser realizadas por profissionais tecnicamente qualificados. Poderão ser encontrados na Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN, os critérios da Responsabilidade Técnica exercida pelo nutricionista, seu compromisso profissional e legal na execução de suas atividades, compatível com a formação e os princípios éticos da profissão, visando à qualidade dos serviços prestados à sociedade.



LOCALIZAÇÃO



A escolha do local passa pela pesquisa e definição sobre o público-alvo que será atendido. Uma boa localização é aquela que favorece o acesso dos clientes, com o menor grau possível de dificuldade e maior grau de conveniências (proximidade do trabalho ou residência, estacionamento, ar-condicionado, banheiros limpos, etc). Além disso, um restaurante natural requer um imóvel capaz de receber as benfeitorias e equipamentos (estrutura de atendimento e produção) conforme o plano de negócio e o orçamento de investimento previsto.

Para facilitar o processo de definição da localização do restaurante sugerimos ao empreendedor dividi-lo em duas etapas:

1. Escolha da Região Alvo; e
2. Definição do Imóvel.

ESCOLHA DA REGIÃO ALVO

A definição da região alvo requer uma análise cuidadosa buscando maximizar a relação potencial de faturamento no local versus custo de instalação, manutenção do negócio e preservação do meio-ambiente. Além disso, a região escolhida deve ser residencial, local de trabalho, estudo ou passagem de potenciais clientes, isto é, pessoas com capacidade de pagar o preço definido para cada prato (sistema “a la carte”), preço fixo do “buffet” (sistema “all you can eat”) ou preço do quilo (“self-service”) conforme o sistema estabelecido pelo restaurante. Neste contexto, a região de instalação ideal reúne características, tais como:

1. Proximidade de centros financeiros, áreas industriais, comerciais ou residenciais com grande fluxo de pessoas;

2. Proximidade de pólos gastronômicos, praças de alimentação ou pontos comerciais de boa visibilidade;
3. Fácil acesso de consumidores e fornecedores;
4. Baixa concorrência de restaurantes self-service na mesma faixa de público / preço.

Estar informado sobre as faixas etárias, poder de compra e demais características do mercado consumidor contribui para minimizar os riscos envolvidos nesta decisão. Assim como avaliar o número de concorrentes, preço e qualidade dos produtos oferecidos por eles.

DEFINIÇÃO DO IMÓVEL

Uma vez definida a região alvo, a escolha do imóvel onde o restaurante natural será instalado requer outros cuidados. Antes de se definir, o empreendedor deverá atentar para as características do imóvel em questão. Dentre os aspectos de infra-estrutura devem ser observados a área disponível, aspectos como disponibilidade de água, gás, rede de esgoto, energia, vias de transporte e exposição (visibilidade), além claro, do custo envolvido em adaptações e manutenção do mesmo para o exercício da atividade sem danos para o meio-ambiente.

Outra preocupação na hora de escolher o imóvel é verificar se o local não é sujeito a inundações e se o entorno possui a segurança necessária para instalação do negócio. Uma boa dica é perguntar aos comerciantes da região sobre estas ameaças ao funcionamento do restaurante.

A localização e a estrutura do imóvel deverão estar de acordo com as normas de higiene e limpeza da Vigilância Sanitária e com o PDU do município. Para mais informações o empreendedor deve consultar a prefeitura de sua cidade,

visto que o Plano Diretor Urbano é, segundo a Lei Federal 10.257, obrigatório para todos os municípios brasileiros com mais de 20.000 habitantes.

No caso de um restaurante natural sustentável, seria interessante que a localização do empreendimento, por exemplo, fique a menos de 400m de um ponto de ônibus (estimulando os clientes e funcionários a utilizarem os transportes públicos). Outro fator positivo na localização seria a existência de um estacionamento preferencial para clientes ou funcionários que optem por veículos movidos a combustíveis alternativos ou híbridos, estacionamento para bicicletas, etc.



RESTAURANTE NATURAL

EXIGÊNCIAS LEGAIS ESPECÍFICAS



Para registrar a empresa, a primeira providência é contratar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da sociedade, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. O contador pode ainda orientá-lo sobre a legislação civil e tributária pertinente ao negócio e efetuar o registro da empresa seguindo as etapas abaixo:

ETAPAS DO REGISTRO

A. Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Connectividade Social – INSS/FGTS”.
- Corpo de Bombeiros Militar.

B. Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar o estabelecimento para fazer a consulta de local e obtenção do alvará de localização;

C. Obtenção do alvará de licença sanitária - adequar as instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). No âmbito federal a fiscalização cabe à Agência Nacional de Vigilância Sanitária que delega esta atribuição às Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde respectivas. O empreendedor deverá verificar junto aos órgãos Estaduais e Municipais de meio ambiente as exigências ambientais aplicáveis à atividade.

Além das exigências normais para a abertura do empreendimento é vital não esquecer que são as Prefeituras Municipais que determinam onde se pode estacionar, controlam os níveis de ruído, permitem ou não mesas nas calçadas, fiscalizam o cumprimento das normas de higiene e das questões de segurança como portas de emergência, porta corta-fogo e extintores, sinalização de saídas, isolamento acústico, área externa para lixo, acesso e WC para portadores de deficiências, etc.

Em relação à legislação Federal aplicável a este segmento de negócio destacamos:

- A Resolução RDC n.º 216, de 15 de setembro de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação, a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado.
- Decreto 3.179/1999 Dispõe sobre a especificação das sanções aplicáveis às condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências.
- Lei n.º. 9610 de 19 de fevereiro de 1998, disponível no site da Presidência da República do Brasil, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais. Os estabelecimentos que utilizam músicas em suas dependências estão obrigados a pagar direitos autorais ao ECAD (Escritório Central de Arrecadação), que representa os autores na cobrança de seus direitos.

- A Lei 2.136 de 11/05/1994 e o Decreto 12.922 de 19/05/1994 regulamentaram a existência de uma área específica para fumantes.
- A Portaria 1428/93 do Ministério da Saúde estabelece a obrigatoriedade para todos os estabelecimentos que manipulam produtos alimentícios implantarem o sistema PAS (antigo APACC). As Boas Práticas de Fabricação são pré-requisitos fundamentais.
- A Portaria 368/97 do Ministério da Agricultura estabelece os requisitos gerais (essenciais) de higiene e de boas práticas de elaboração de alimentos para o consumo humano.
- A manipulação e a montagem de cardápios alimentares devem ser realizadas por profissionais tecnicamente qualificados. Poderão ser encontrados na Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN, os critérios da Responsabilidade Técnica exercida pelo nutricionista, seu compromisso profissional e legal na execução de suas atividades, compatível com a formação e os princípios éticos da profissão, visando à qualidade dos serviços prestados à sociedade.
- Destaca-se a Resolução CFN n.º 378, de 28 de dezembro de 2005, também do Conselho
- Federal de Nutricionais – CFN, que dispõe sobre o registro e cadastro de Pessoas Jurídicas nos Conselhos Regionais de Nutricionistas e dá outras providências.
- O Conselho Federal de Administração, delibera através da Lei n.º 4.769 de 09 de setembro de 1965 e do Decreto n.º 61.934 de 22 de dezembro de 1967 que toda empresa, cujo objetivo social se enquadre nas áreas de atuação privativas da Administração é obrigada a se registrar no Conselho Regional de Administração conforme sua localização.

Recomenda-se consulta formal junto ao Conselho Regional de Administração, uma vez que o fornecimento de alimentos com mão-de-obra encontra-se sob o código D020, na relação das áreas de atuação privativas da Administração.

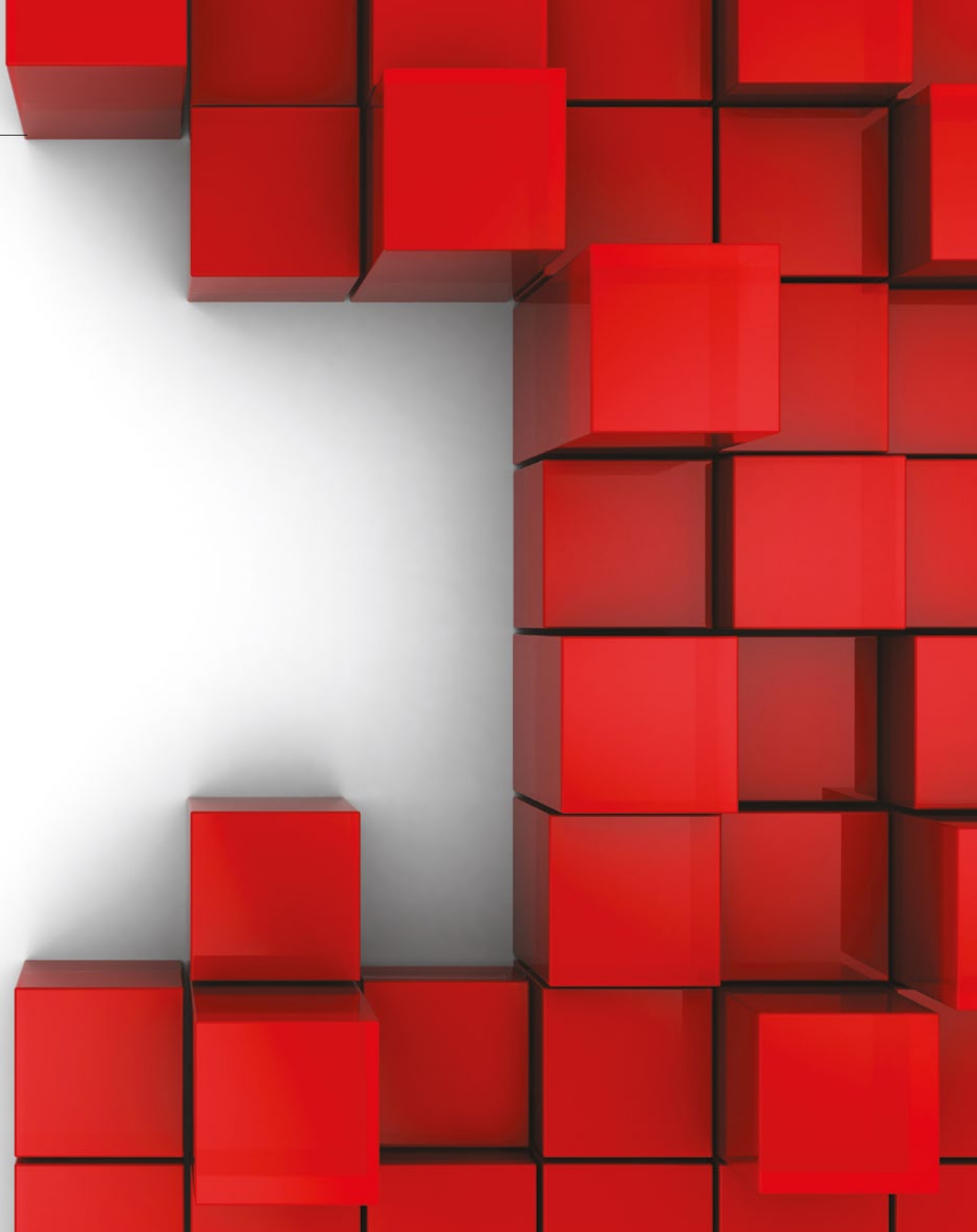
- Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal n.º. 8.078 de 11/09/1990 e Decreto Federal n.º. 2.181, de 20 de março de 1997.
- É importante observar, também, que a Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990, Estatuto da Criança e do Adolescente, disponível no site da Presidência da República Federativa do Brasil, proíbe a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas dentre outros itens.

O SEBRAE local poderá ser consultado para orientação.



RESTAURANTE NATURAL

ESTRUTURA



A estrutura de um restaurante natural é simples, sendo necessária uma área para acomodar um salão para refeições, banheiros, depósito para o estoque e a área da cozinha. Para um restaurante natural com balcão de buffet, sugere-se uma área de 120 m², capaz de atender a 250 clientes por dia. Essa área pode ser dividida nos seguintes ambientes:



SALÃO DE REFEIÇÕES

O espaço mais nobre e amplo, de fácil acesso, é destinado aos clientes e deve corresponder aproximadamente a 60% da área total do restaurante. Para se ter um espaço que acomode confortavelmente os clientes deve-se estabelecer um parâmetro equivalente a 20 mesas para cada espaço de 100m², sem colunas ou obstáculos. Em estabelecimentos mais populares pode-se chegar próximo ao dobro dessa quantidade, colocando algumas mesas mais próximas às paredes e reduzindo a distância entre todas as mesas, perdendo assim, um pouco de conforto e da mobilidade no trânsito dos funcionários que sirvam os clientes. Vale lembrar da necessidade de cadeiras para crianças e de espaço para a mobilidade de portadores de necessidades especiais.

O balcão com pratos frios e vegetais (legumes, grãos, tubérculos, raízes, etc) está em primeiro plano dentro do salão e, ao seu lado, o balcão com pratos e talheres, em seguida o balcão dos pratos quentes, passando-se por uma seção de bebidas (água, sucos, chás, etc) e sobremesas, e por fim a balança eletrônica para pesagem. A decoração deve ser agradável, o layout funcional, a iluminação adequada, a climatização suficiente para proporcionar sensação de conforto. O atendimento deve se processar com rapidez e eficiência. O caixa deve estar localizado próximo à saída, facilitando e controlando melhor os pagamentos.

Um componente fundamental para a satisfação do cliente é o ambiente do estabelecimento. Sua atmosfera provoca um conjunto de percepções, originadas a partir do layout, da decoração, da iluminação, da música, dos móveis, da aparência dos funcionários e do cardápio. A integração e coerência desses fatores ajudam na tematização do restaurante.

COZINHA

Na cozinha são elaborados os pratos do cardápio e deve ocupar, em média, 25% do espaço total. É necessário antes da execução do projeto consultar a legislação Municipal e Estadual porque em cada estado e município existem particularidades. Sua localização deve ser estratégica, com fácil acesso aos empregados que vêm do salão para executar as comandas ou levar produtos. Não deve estar muito próxima ao salão de refeições para evitar calor, e o barulho característico do local e odores. Além disso precisa ter ligação com as outras dependências, tais como despensa, câmaras frigoríficas, depósitos, etc. Os equipamentos devem ser dispostos de uma maneira que facilitem a circulação.

A cozinha deve ser dividida em duas áreas: uma para os pratos quentes e outra para os frios.

DEPÓSITO

Local destinado ao acondicionamento do estoque de alimentos, bebidas, utensílios, objetos de reserva para o restaurante e peças de reposição. Deve estar localizado em local seco, fresco e de fácil higienização.

BANHEIROS

Não devem ficar muito distantes do salão de refeições, mas devem ficar distantes da cozinha. Devem ser bem sinalizados, amplos, arejados, limpos e confortáveis. Devem atender adequadamente os portadores de necessidades especiais. A legislação exige banheiros separados para homens e mulheres.

ESTACIONAMENTO

É um diferencial e uma solução bastante requerida pelos clientes. O empresário pode realizar convênios com estacionamentos próximos, ou contratar serviços de manobristas.

Vale lembrar que o conceito de restaurante natural não se limita apenas aos pratos servidos. Um componente fundamental para a satisfação do cliente é o ambiente do estabelecimento. Sua atmosfera provoca um conjunto de percepções, originadas a partir do layout, da decoração, da iluminação, do som ambiente, dos móveis, da aparência dos funcionários e do cardápio. A integração e coerência desses fatores ajudam na tematização do restaurante.

ESTRUTURA ECOLÓGICA E SUSTENTÁVEL

A popularização dos termos “orgânico”, “consciência ecológica” e “sustentabilidade” já se faz também presente nas estruturas dos restaurantes naturais mais modernos, principalmente no mercado internacional. Nesse sentido, uma opção de estrutura em consonância com estas tendências alia espaços agradáveis, comida de boa qualidade e ao mesmo tempo ecologicamente corretos. Para tanto, a planta arquitetônica do restaurante é desenvolvida estrategicamente buscando minimizar o impacto ambiental, e especialmente:

- A. Maximizar a utilização da luz solar, reduzindo a necessidade de energia;
- B. Promover adequado e fácil acesso às áreas e processos de reciclagem de materiais; e
- C. Facilitar uma possível expansão física do espaço quando do crescimento da operação do restaurante, evitando obras desnecessárias e utilização excessiva de materiais de construção.

Uma outra estratégia que garante um empreendimento sustentável é a concepção de uma estrutura onde a água possa ser reutilizada. A água de reúso é produzida dentro das Estações de Tratamento de Esgoto e pode ser utilizada para inúmeros fins, como geração de energia, refrigeração de equipamentos, em diversos processos industriais, em empresas que usam a água para fins não potáveis.

As empresas podem aproveitar o produto na cadeia produtiva e colaborar com a ampliação da oferta de água destinada ao abastecimento público, colaborando, assim, com a sustentabilidade ambiental.

O uso responsável da água é fundamental não somente nas regiões metropolitanas, mas em todo o mundo. Cada litro de água de reúso utilizado representa um litro de água conservada em nossos mananciais.

O assunto é tão importante que faz parte da Estratégia Global para Administração da Qualidade das Águas, proposta pela Organização das Nações Unidas- ONU, para preservação do meio ambiente. É uma maneira inteligente e capaz de assegurar que as gerações futuras tenham acesso a esse recurso tão precioso e essencial à vida: a água potável.

Site  **Clique para acessar o site da sabesp**

Mais uma tendência ecologicamente correta que tem surgido em estruturas de residências e empresas é a utilização de painéis de ENERGIA SOLAR. Este tipo de energia não polui durante o seu uso. Além disso, os painéis solares são cada dia mais potentes ao mesmo tempo que seu custo vem decaindo. Isso torna cada vez mais a energia solar uma solução economicamente viável. Em países tropicais, como o Brasil, a utilização da energia

solar é viável em praticamente todo o território. Em locais longe dos centros de produção energética, a utilização da energia solar poderia contribuir para diminuir a demanda pelas fontes tradicionais e conseqüentemente a perda de energia que ocorreria na transmissão

Fonte  **Clique para acessar o site portal energia**



PESSOAL



O número de funcionários varia de acordo com a estrutura do empreendimento. Para a estrutura anteriormente sugerida, o restaurante natural exige a seguinte equipe:



Gerência: pode ser o proprietário. Deve ter conhecimento de gestão e do processo produtivo. Também será o responsável pelas atividades administrativas, financeiras, controle de estoque, questões legais e supervisão das regras de higiene.



Nutricionista: Responsável pela manipulação e a montagem dos cardápios conforme Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN.



Auxiliar de serviços gerais: responsável por lavar pratos, copos e utensílios, limpar banheiros e cuidar da manutenção de todo o ambiente do restaurante.



Cozinheiro chefe: responsável pelo gerenciamento dos processos de produção, elaboração da refeição de acordo com o cardápio definido, coordenação das atividades dos demais colaboradores e garantia da qualidade dos produtos oferecidos, da limpeza da cozinha e dos serviços e da qualidade do restaurante. Deve ser extremamente higiênico, cuidadoso e interessado em novas

receitas. As mulheres devem utilizar cabelos presos, cobertos com redes ou toucas, e retirar brincos, pulseiras, anéis, aliança, colares, relógio e maquiagem. Os homens devem evitar bigodes, barba e costeleta. O uniforme deve ser usado somente na área de preparo dos alimentos, com troca diária.



Ajudante(s) de Cozinha: responsável por lavar e manipular alimentos, disponibilizar os alimentos no buffet, manter os alimentos de forma limpa e organizada, supervisionar a disposição dos utensílios, receber os pedidos do delivery, acondicionar os pedidos nas embalagens e entregar os pedidos acondicionados aos motoboys. Ocupa uma função subordinada ao cozinheiro.



Garçom(ns): responsável por atender aos clientes, servir bebida e sobremesas, recolher pratos e copos, limpar as mesas, auxiliar na organização do buffet e disponibilizar pratos e talheres. Deve ser atencioso, versátil e prezar pelo bom atendimento ao público.



Caixa: responsável pela manipulação de dinheiro e outros meios de pagamento. Deve ser confiável, rápido e com raciocínio matemático. Não pode ter qualquer contato com os alimentos. Muitas vezes, esta função é desempenhada pelo próprio gerente do estabelecimento.

O horário de funcionamento e o comportamento de vendas ao longo do dia podem exigir a contratação de mais funcionários. Esta expansão do negócio precisa ser planejada conforme o aumento do faturamento.

O atendimento é um item que merece a maior preocupação do empresário, já que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com o cliente.

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio

e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes.
- Agilidade e presteza no atendimento.
- Capacidade de apresentar e vender os produtos do restaurante, expandindo o consumo médio por cliente sem ser inconveniente.
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.



RESTAURANTE NATURAL

EQUIPAMENTOS



A disposição dos equipamentos é importante para a integração das atividades do estabelecimento. Portanto, ao fazer o layout da cozinha e do salão, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento. Um projeto básico certamente contará com:

- Fogão industrial (seis bocas).
- Balcões térmicos frio e a vapor.
- Vitrines geladas.
- Freezer horizontal.
- Multiprocessador de alimentos.
- Espremedor de frutas para sucos.
- Cortador de frios.
- Extrator de sucos industrial.
- Forno de microondas.
- Liquidificador industrial.
- Geladeira.
- Mesas e cadeiras.
- Balança eletrônica.
- Caixa registradora.
- Material de escritório em geral.

Os equipamentos devem estar conservados, limpos e funcionando bem. A temperatura de armazenagem deve estar regulada para que os alimentos quentes permaneçam acima de 60°C e os alimentos frios abaixo de 5°C.

Segue link de máquinas e equipamentos fornecidos pela Abimaq:

Site  **Clique aqui para acessar o site da Abimaq**

Quando um empreendedor resolve abrir um negócio muitas vezes ele costuma optar pela compra de equipamentos usados para reduzir o investimento inicial. Contudo, apesar desta iniciativa parecer economicamente mais interessante a curto prazo, ela pode elevar os gastos em consumo de energia, negativo para o meio-ambiente, podendo ainda aumentar os custos variáveis no médio/longo prazo. Atualmente, já é possível comprar equipamentos elétricos e eletrônicos cujo consumo de energia é bem inferior aos modelos antigos. Muitos desses “novos modelos”, mais econômicos e ecologicamente corretos, possuem um selo de garantia. O investimento em materiais dessa categoria trará ganhos futuros não apenas em termos financeiros mas também de sustentabilidade para o seu negócio.

Para facilitar, segue uma dica: basta conferir se o produto que deseja comprar possui o selo PROCEL (Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica), que indica que este produto foi criado e testado com o objetivo de gerar um menor consumo de energia. Portanto, se tiver a etiqueta colorida, há garantia de estar adquirindo um produto ecologicamente correto.



MATÉRIA PRIMA/ MERCADORIA



A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

- **Giro dos estoques:** o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

- **Cobertura dos estoques:** o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.
- **Nível de serviço ao cliente:** o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

Na hora de optar por um restaurante natural, o cliente quer se sentir beneficiado não só pela escolha de uma refeição mais saudável, mas também pela qualidade do alimento que está consumindo. Portanto, o alimento deve ser o mais fresco possível, com ingredientes adquiridos em estabelecimentos limpos, organizados e confiáveis. De preferência, com legumes e verduras orgânicos.

O mercado de produtos naturais orgânicos cresce em ritmo acelerado no mundo todo, apesar de ainda representar uma fatia minúscula do cardápio internacional de alimentos. Em países como Alemanha, Dinamarca e Estados Unidos, a venda de orgânicos representa entre 1% e 3% do mercado total de alimentos. Isso apesar de um crescimento global de quase 150% nos últimos cinco anos.

No Brasil, faltam números confiáveis sobre o setor. Segundo estimativas do Instituto Biodinâmico (IBD), maior certificador de orgânicos no País, o mercado nacional movimenta US\$ 200 milhões por ano, sustentado por mais de 7 mil produtores em 270 mil hectares de agricultura e pecuária orgânica. Em 2000, esse mercado era de US\$ 50 milhões.

Os produtos congelados e refrigerados devem ser armazenados imediatamente após a compra, evitando a aquisição de produtos com embalagens amassadas, estufadas, enferrujadas, trincadas, com furos ou vazamentos, rasgadas, abertas ou com outro tipo de defeito. As embalagens devem ser limpas antes de abertas e os ingredientes que não forem totalmente consumidos devem ser armazenados em recipientes limpos e identificados com o nome do produto, data da retirada da embalagem original e prazo de validade após a abertura. Produtos com prazo de validade vencido não devem ser utilizados.

O mix de produtos oferecidos no cardápio e o nível de estoque ideal devem ser suficientes para atender à clientela, gerando receita em caixa suficiente

para não comprometer a disponibilidade de recursos, tanto humanos (muitos produtos exigem muitos funcionários envolvidos na compra, transporte, armazenagem) quanto financeiros (compras além do necessário).

Há uma ampla variedade de fornecedores. É importante realizar uma pesquisa de mercado a fim de montar um cadastro dos fornecedores capazes de atender às necessidades. Os fornecedores devem ser escolhidos com base nos prazos de entrega, na qualidade dos produtos, na presteza no atendimento, na capacidade de inovar e resolver problemas e no desenvolvimento de soluções específicas.

No caso de frutas, verduras e legumes, deve-se ficar atento à sazonalidade destes alimentos. Períodos de entressafra e escassez de produtos podem dificultar a aquisição da matéria-prima, além de encarecer os custos e comprometer a lucratividade do negócio. Portanto, recomenda-se o cadastro de um grande número de atacadistas, distribuidores, importadoras, supermercados, feiras livres e casas de frios. Hipermercados, muitas vezes, oferecem produtos a preços mais baixos do que o distribuidor.

A compra de folhas pode ser diária, a compra de frutas e legumes pode ser em dias alternados e a compra de bebidas em latas e garrafas pode ser semanal, de acordo com o consumo. Produtos não perecíveis ou congelados podem ser adquiridos em prazos mais elásticos. Muitos distribuidores oferecem o serviço de delivery, o que traz mais conforto e agilidade ao processo produtivo.

As grandes indústrias trabalham com duas estratégias distintas de distribuição: própria ou por distribuidores. Na distribuição própria, seus departamentos de análise de crédito são meticulosos e burocráticos, pois trabalham com poucos clientes e grandes pedidos. Já os distribuidores têm mais agilidade de faturamento e entrega, pois trabalham com vários clientes e pedidos fracionados.

Desde a redução da inflação com o Plano Real, os restaurantes têm optado por diminuir o volume e aumentar a frequência de compras para administrar melhor os estoques e diminuir o capital parado em mercadorias. Com isso, é possível reduzir a área de estoque e armazenamento refrigerado.

O mercado é bastante concentrado nos segmentos de food service, bebidas, limpeza industrial, cervejas e refrigerantes. Apesar do crescimento no número de restaurantes, as opções de fornecimento estão cada vez mais concentradas. Pequenos fornecedores, produtores, associações e cooperativas não são capazes de garantir um fornecimento confiável e variado.

A venda de produtos alimentícios é uma prática que requer muitos cuidados, pois os alimentos são grandes fontes de contaminação e podem prejudicar a saúde do consumidor. Portanto, é necessário que o fabricante de qualquer produto alimentício conheça a legislação de alimentos e as boas práticas de fabricação para, assim, distribuir um produto adequado ao consumo humano.

Deve haver um intenso cuidado com a prática de reutilização de alimentos. A validade dos pratos depende de diversos fatores. Dentre eles, destacam-se:

- Tipo de matéria-prima utilizada.
- Reações de decomposição diversas que ocorrem naturalmente nos alimentos.
- Procedência da matéria-prima.
- Prazo de validade da matéria-prima.
- Armazenamento da matéria-prima prévio à compra.
- Transporte adequado das matérias-primas.

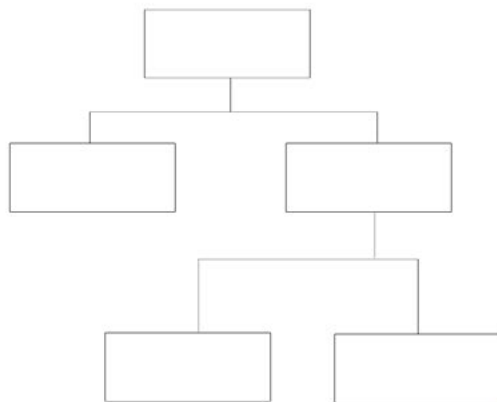
- Condições de higiene e manipulação da matéria-prima na cozinha.
- Sanitarização do local, dos utensílios e da superfície utilizada para a manipulação dos alimentos.
- Armazenamento dos pratos prontos.
- Transporte dos alimentos.

No caso de restaurantes naturais sustentáveis , quanto menos recursos animais, menor a emissão de carbono. Deve ser observada, por exemplo, a ausência de carnes de porco, boi, frango ou peixes.

Ainda com relação a matéria-prima, é interessante o empreendedor priorizar os alimentos (frutas e legumes da estação) produzidos na região. Desta forma, a empresa ganha duplamente : reduzindo gastos com transporte e também diminuindo as emissões de CO2 na atmosfera! Lembrando ainda que comprando localmente o empreendedor poderá controlar de perto a qualidade dos produtos gerando também empregos na cadeia produtiva da região.



ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO



O processo produtivo de um restaurante natural pode ser dividido entre as atividades de preparação dos ingredientes, confecção dos pratos, serviço de atendimento e armazenamento.



1) Preparação dos ingredientes: um restaurante natural utiliza frutas, legumes e hortaliças em grandes quantidades. Como estes alimentos podem ser consumidos crus, deve-se atentar para a sua correta higienização, eliminando os micróbios patogênicos e os parasitas. Para preparar estes alimentos para o consumo, deve-se:

para o consumo, deve-se:

- Selecionar, retirando as folhas, partes e unidades deterioradas.
- Lavar em água corrente vegetais folhosos (alface, escarola, rúcula, agrião) folha a folha e frutas e legumes um a um.
- Colocar de molho por 10 minutos em água clorada, utilizando produto adequado para este fim (ler o rótulo da embalagem), na diluição de 200 PPM (uma colher de sopa para 1 litro).
- Enxaguar em água corrente vegetais folhosos, folha a folha, e frutas e legumes um a um.
- Cortar os alimentos para montagem dos pratos com as mãos e utensílios bem lavados.
- Manter sob refrigeração até a hora de servir.



2) Confecção dos pratos: trata-se da preparação dos pratos para disponibilização no buffet ou conforme pedido do cliente. Para preparar os alimentos com higiene, deve-se:

- Lavar as mãos antes e depois de manipular alimentos crus.
- Utilizar temperaturas superiores a 70°C para os alimentos cozidos.
- Verificar a mudança na cor e textura da parte interna do alimento para se certificar do completo cozimento.
- Evitar o contato de alimentos crus com alimentos cozidos.
- Lavar os utensílios crus antes de utilizá-los em alimentos cozidos.
- Não deixar alimentos congelados e refrigerados fora do freezer ou geladeira por tempo prolongado.
- Não descongelar os alimentos à temperatura ambiente.
- Utilizar o forno de microondas se for prepará-lo imediatamente ou deixar o alimento na geladeira até descongelar. As carnes devem ser descongeladas dentro de recipientes.

Procura-se diminuir ao máximo o intervalo entre preparar e servir os alimentos. No começo, é aconselhável produzir pequenas quantidades de cada prato para avaliar aqueles com maior demanda, evitando gastos desnecessários e excesso de estoque.



3) Serviço: o serviço dependerá do estilo do restaurante. Pode assumir as seguintes formas:

- Buffet (por pessoa ou por quilo): os pratos são disponibilizados numa bancada e repostos a medida em que são consumidos. Exige que funcionários repositores fiquem atentos à vazão dos alimentos e informem à cozinha, com antecedência, a necessidade do preparo de novas porções.
- A la carte: os pratos são pedidos por cada cliente e preparados na hora. Exige o atendimento realizado por garçons e um rápido fluxo operacional na cozinha para não deixar o cliente esperando por muito tempo.
- Preço Fixo: Neste sistema cada cliente paga um preço fixo e pode comer o quanto quiser ("all you can eat").



4) Armazenamento: existem três tipos de armazenamento de produtos, de acordo com a temperatura:

- Congelamento: os produtos são conservados a 0° ou menos.
- Refrigeração: os produtos são conservados sob temperaturas de 0° a 5°
- Estoque Seco: os produtos são armazenados à temperatura ambiente. O local deve ser ventilado e não muito quente, com temperaturas entre 25° e 30°. Os produtos não devem estar expostos diretamente sobre o piso.

Cada tipo de armazenamento requer equipamentos específicos para seu uso. O seu perfeito funcionamento garante a integridade dos produtos de acordo com suas características. O estoque de produtos de limpeza deve ser separado do estoque seco de alimentos.

Antes da abertura ao público, deve-se:

- Verificar os níveis de estoques de alimentos, bebidas e gás.
- Abastecer o restaurante com os insumos necessários para seu funcionamento.
- Limpar o ambiente.
- Preparar o caixa com troco.

Durante o funcionamento, deve-se:

- Manter as mesas limpas e arrumadas.
- Fechar as contas com rapidez.
- Receber e emitir as notas fiscais.

Após o horário de funcionamento, deve-se:

- Fechar e conferir o caixa.
- Limpar o ambiente.
- Lavar todos os pratos, talheres e utensílios e guardá-los.
- Recolher o lixo.
- Trancar o restaurante.

Em geral, os restaurantes funcionam doze meses ao ano, vinte e seis dias por mês e doze horas por dia. O horário de abertura dependerá da decisão sobre o funcionamento para almoço e/ou jantar. Porém, trabalha-se além do horário de atendimento ao público em tarefas como compras de mercadorias, limpeza, preparo dos alimentos e atividades administrativas.

A própria rotina do estabelecimento fornece dados para a estruturação do programa de compras. Embora o sistema de trabalho varie de um estabelecimento para outro, algumas rotinas são comuns a todos eles. Diariamente, o empreendedor deve certificar-se de que todos os itens do cardápio estão disponíveis e de que o local está em perfeitas condições de higiene. É recomendável que a verificação de estoque e a limpeza sejam feitas logo após o fechamento do estabelecimento. No dia seguinte, a rotina prosseguirá com a realização das compras necessárias e com a armazenagem dos produtos.

É importante lembrar que em cada etapa do processo produtivo o empreendedor deverá atentar para ações que garantam um restaurante natural preocupado com o meio-ambiente. Nesse sentido, é fundamental adquirir matéria-prima local e orgânica (frutas e legumes), realizar a coleta seletiva do lixo e minimizar o uso de produtos químicos e descartáveis.



AUTOMAÇÃO



A automação das atividades industriais/comerciais é um dos principais requisitos para uma participação mais competitiva de uma empresa no mercado nacional e internacional. Nesse sentido, é necessário manter sob controle e decisão um número crescente de aspectos relacionados com a produção e a venda, inclusive aqueles que estejam vinculados com as áreas: comercial, suprimento, estocagem, manutenção e logística.

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (software) que podem auxiliar o empreendedor na gestão do restaurante (vide os sites baixaki e superdownloads).

Site  **Clique para acessar o site baixaki**

Site  **Clique para acessar o site superdownloads**

Seguem algumas opções:

- Bom Apetite 4.0.
- Dataprol Gourmet Máster 4.121.
- Food Pay Live.
- Gerenciamento integrado de Lanchonete, Restaurante, Pizzaria e Delivery 2.0.
- LM Delivery.
- Onbit S2 Comanda.

- Plexis POS 2.8.8.36
- Restaurante 1.1.
- SCL – Sistema para Controle de Lanchonetes 3.0.
- Sigebars – Sistema de Gerenciamento de Bares e Restaurantes.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades tais como:

- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente).
- Controle do estoque e validade de produtos.
- Organização de compras e contas a pagar.
- Emissão de pedido a cozinha.
- Controle de taxa de serviço.
- Lista de espera.
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento do restaurante.



RESTAURANTE NATURAL

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



Além do próprio estabelecimento, o restaurante natural pode prestar o serviço de entrega de refeições em domicílios e escritórios. É possível utilizar um serviço próprio de motoboy (ou bicicleta para evitar a emissão de CO₂ e mostrar a proposta de sustentabilidade do empreendimento) ou contratar uma empresa especializada. Trata-se de um canal de distribuição imprescindível para ampliar as vendas e divulgar o restaurante. Os pedidos podem ser feitos por telefone ou internet, através de uma loja virtual ou e-mail.



INVESTIMENTOS



O valor do investimento necessário para montar um restaurante natural irá variar de acordo com o valor do ponto comercial, benfeitorias necessárias e equipamentos utilizados.

Por esta razão sugerimos a elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado, poderão ser determinados. Modelo disponível no site do sebrae:

Site  **Clique aqui para acessar o site do Sebrae***

**(acesso em 16 de abril de 2012)*

Sem considerar o pagamento de luvas pela aquisição do ponto comercial onde o negócio será instalado, estimamos que a montagem de um restaurante self-service de aproximadamente 120 m² e capacidade para atender em média 250 clientes por dia, necessite de cerca de R\$ 135 mil, para fazer frente ao pagamento dos seguintes itens:

- Reforma, adaptação do imóvel e instalações (elétrica, hidráulica, gás e comunicações) – **R\$ 45.000,00.**
- Sistema Informatizado de Controle (microcomputador completo, com software, impressora comum e impressora de cupom fiscal) – **R\$ 5.000,00;**
- Móveis, equipamentos e utensílios de cozinha e salão de atendimento – **R\$ 35.000,00;**
- Sistema de exaustão e ar condicionado – **R\$ 20.000,00** (Item opcional. Caso o empreendedor queira optar por uma estrutura mais voltada para

sustentabilidade, seria interessante suprimir o ar condicionado e construir outras alternativas naturais de ventilação);

- Estoque inicial de produtos – **R\$ 8.000,00;**
- Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses – **R\$ 20.000,00**

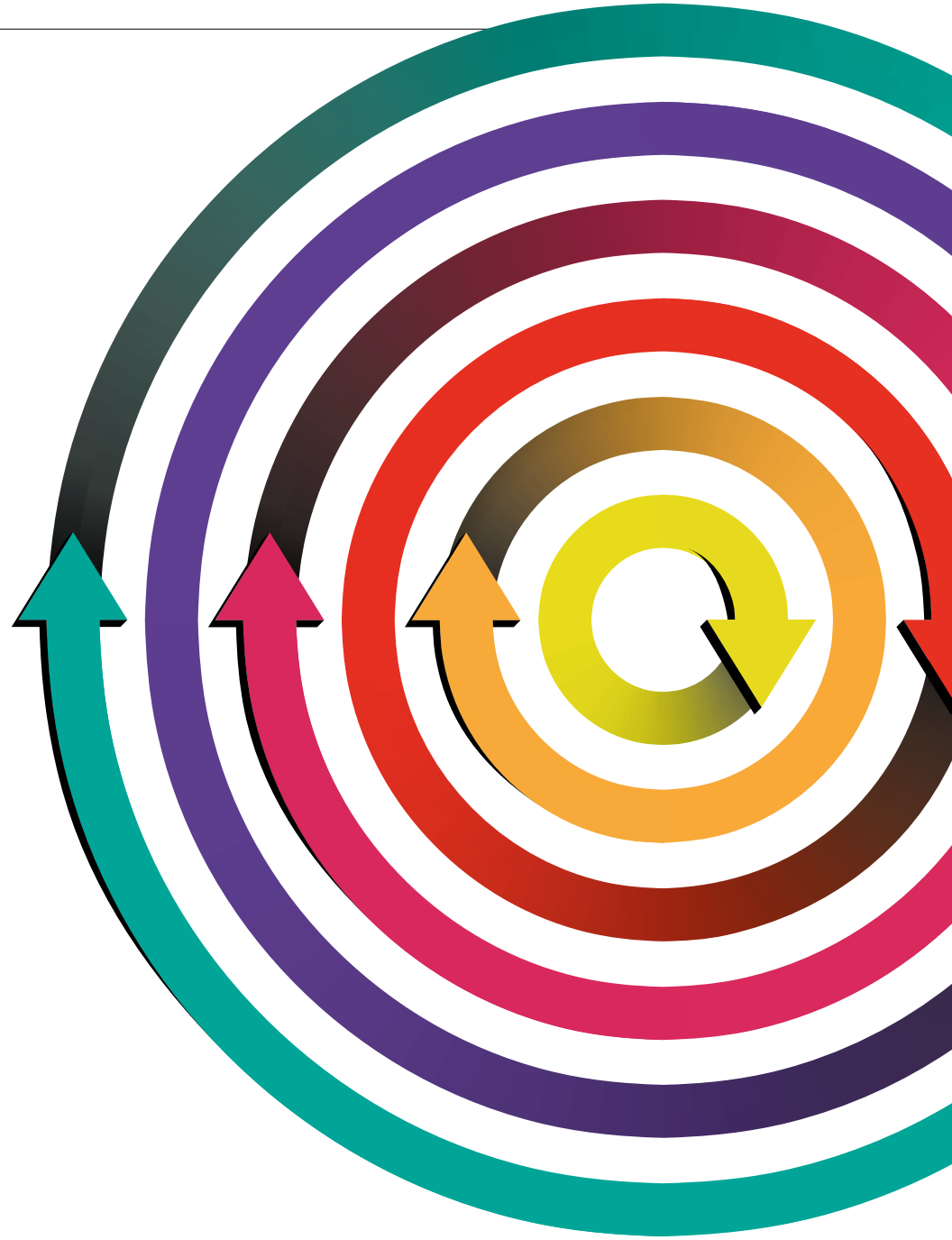
Os valores acima relacionados são apenas uma referência para constituição de um empreendimento dessa natureza. Para dados mais detalhados é necessário saber exatamente quais tipos de cardápios serão oferecidos pelo restaurante e qual o seu porte. Nesse sentido, aconselhamos ao empreendedor interessado em constituir esse negócio, a realização de levantamento mais detalhado sobre os potenciais investimentos depois de elaborado seu plano de negócio (para elaboração do plano de negócio procure o Sebrae do seu estado).

Além disso, os valores acima irão variar conforme a região geográfica que o restaurante irá se instalar, a necessidade de reforma do imóvel, o tipo de mobiliário escolhido, etc.



RESTAURANTE NATURAL

CAPITAL DE GIRO



Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros for maior que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem menores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

O Capital de giro necessário para manutenção do empreendimento também vai variar de acordo com o seu porte. Para um restaurante natural de pequeno porte o capital de giro é de cerca de 15% do capital inicial investido, ou seja, em torno de R\$ 20.000,00.



RESTAURANTE NATURAL

CUSTOS



São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção / prestação do serviço. Em geral, os custos mensais de operação de um restaurante natural podem ser estimados dentro de três grupos principais:

FIXOS

- água, luz, telefone e acesso à Internet - **R\$ 550,00;**
- aluguel e taxas – **R\$ 800,00;**
- assessoria contábil – **R\$ 510,00;**
- produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários – **R\$ 500,00**
- propaganda e publicidade da empresa – **R\$ 200,00**
- recursos para manutenções corretivas – **R\$ 200,00**
- salários e encargos – **R\$ 4.500,00.**
- tributos, impostos, contribuições e taxas – **R\$ 1.500,00.**

VARIÁVEIS

- descartáveis (toalhas, guardanapos, etc) -**R\$ 900,00** (se o empreendedor optar por um restaurante natural sustentável seria interessante suprimir os produtos descartáveis utilizando toalhas de mesa e guardanapos de tecido ou reciclados).

TARIFA ADMINISTRADORA CARTÕES DE CRÉDITO

- **R\$ 450,00**

Custo da Mercadoria Vendida (CMV) De forma simplificada podemos considerar como o custo de elaboração dos pratos vendidos, dentro de um mês de referência – em torno de 20% a 30% do preço do menu de cada prato.

Lembramos que estes custos são baseados em estimativas para uma empresa de pequeno porte. Aconselhamos ao empresário que queira abrir um negócio dessa natureza a elaboração de um plano de negócio com a ajuda do Sebrae do seu estado no sentido de estimar os custos exatos do seu empreendimento conforme o porte e os produtos oferecidos.



DIVERSIFICAÇÃO / AGREGAÇÃO DE VALOR



Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de um restaurante natural, há inúmeras oportunidades de diferenciação e agregação de valor, tais como:

- Dispor da consultoria de um nutricionista no salão de atendimento para orientar os clientes na montagem / escolha dos pratos.
- Exposição de placas informativas, contendo a descrição dos ingredientes e conteúdo calórico dos pratos.
- Divulgação do cardápio semanal.
- Decoração temática do ponto comercial.
- Receitas exclusivas de pratos e adaptações à cultura local.
- Serviços de entrega diferenciados em domicílio e escritórios.
- Fornecimento de refeições para eventos.
- Exploração do restaurante para a venda de produtos relacionados à alimentação saudável, como produtos naturais e orgânicos, sobremesas light, etc.
- Facilitar o pagamento através de vários meios (dinheiro, cartão de crédito, cartão alimentação, etc..)

Além disso, o empreendedor pode agregar valor adicionando ao seu cardápio de alimentos naturais algumas práticas sustentáveis, como por exemplo:

- evitar o uso de peixes ameaçados de extinção no cardápio;
- dar aos clientes a opção de pedir porções menores por preços mais baixos;
- instalar sensores de movimento no local para automatizar a iluminação;
- servir aos clientes água filtrada na jarra para evitar as garrafas plásticas;
- reciclar o lixo seco e separar os resíduos orgânicos para compostagem;
- utilizar materiais de limpeza biodegradáveis na higienização do local e
- criar uma área de descanso para os funcionários da empresa.

O lixo produzido deve ser reciclado ou reutilizado. Os restos de comida podem ser transformados em adubos, as embalagens plásticas recicladas assim como os vidros e papéis. Até mesmo o óleo utilizado para a fritura de alimentos pode ser reaproveitado na fabricação de biodiesel, combustível menos poluente que o diesel comum (o biodiesel leva maior vantagem ambiental quando comparado ao óleo diesel comum, altamente poluente. Um estudo conjunto do Departamento de Energia e do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos mostra que o biodiesel reduz em 78% as emissões líquidas de CO)

Fonte  [Clique aqui para acessar o site biodiesel br*](#)

**Acesso em 16 de abril de 2012*

Medidas simples podem alterar o processo de degradação ambiental, recuperando as boas condições do meio ambiente e evitando futuras catástrofes causadas pela má conservação deste.

Não podemos esquecer que estamos tratando do setor comércio, que lida diretamente com o consumidor, o que implica dizer que outro grande fator agregador de valor para um restaurante natural de sucesso consiste em um bom e caloroso atendimento ao cliente.



RESTAURANTE NATURAL

DIVULGAÇÃO



O setor de restaurantes é próspero na quantidade de ações de fidelização do cliente. O segmento específico de restaurante natural permite diversas ações mercadológicas que reforçam o trabalho de conceituação e posicionamento dos estabelecimentos. As campanhas devem ser adequadas ao orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local. É recomendável que o tema das campanhas aborde os benefícios de uma alimentação saudável. Seguem alguns conceitos que podem ser explorados:

- Melhoria da condição cardíaca.
- Controle de peso.
- Redução do risco de doenças do coração.
- Redução do risco de desenvolver doenças degenerativas.
- Aumento da energia.
- Atenuação dos efeitos de doenças degenerativas como osteoporose, obesidade e hipertensão.
- Redução dos sintomas ou eliminação de alergias e artrites.
- Contribuição para a redução da matança de animais.
- Redução das agressões ao meio ambiente.

Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Confeccionar folders, flyers e cardápios para a distribuição em escritórios e casas (constituídos a partir de papel reciclado) .
- Distribuir ou sortear brindes relacionados à alimentação saudável (camisetas, boné, bolinha anti-stress).

- Divulgar o restaurante em academias e clubes.
- Patrocinar eventos esportivos.
- Lançar promoções combinadas de refeições e sucos.
- Criar programas de fidelidade com descontos e refeições gratuitas.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.



RESTAURANTE NATURAL

INFORMAÇÕES FISCAIS E TRIBUTÁRIAS



O segmento de RESTAURANTE NATURAL, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5611-2/01 como a atividade de serviço de alimentação para consumo no local, com venda ou não de bebidas, em estabelecimentos que podem oferecer serviço completo ou não, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional



Clique aqui para acessar o Portal do SIMPLES

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

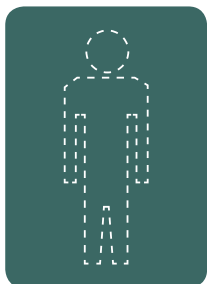
Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual). Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII.



Clique aqui para acessar a tabela no site da Receita

Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:



I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias;



II) Com um empregado

(o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como



RESTAURANTE NATURAL

EVENTOS



CONGRESSO INTERNACIONAL DE NUTRIÇÃO, LONGEVIDADE & QUALIDADE DE VIDA

Organização: Núcleo/Nutrição em Pauta
Data: 04 a 06 de outubro de 2012
Tel: (11) 5041-9321 (11) 5041-9321
Fax (11) 5041-9097

Email  eventos@nutricaoempauta.com.br

Site  [Clique para acessar o site nutrição em pauta](#)

CONGRESSO NACIONAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO

Data: 07 a 09 de maio de 2012
Natal-Rio Grande do Norte
Tel.: (11) 3266-3399 (11) 3266-3399

Site  [Clique para acessar o site da SBAN](#)

FISPAL FOOD SERVICE- FEIRA INTERNACIONAL DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR.

Data 12 a 15 de junho de 2012
São Paulo – SP
Tel.: (11) 3234-7725 (11) 3234-7725

Email  fispal.sp@fispa.com

Site  [Clique aqui para acessar o site da FISPAL](#)

NATURAL TECH – FEIRA INTERNACIONAL DE ALIMENTAÇÃO SAU- DÁVEL, PRODUTOS NATURAIS E SAÚDE

Data: 24 a 27 de maio de 2012

Promoção: Francal Feiras

Patrocínio: SEBRAE Nacional – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e Banco do Brasil

Apoio: Ministério do Desenvolvimento Agrário, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, SUFRAMA – Superintendência da Zona Franca de Manaus e ABIFISA – Associação Brasileira das Empresas do Setor Fitoterápico, Suplementos e de Promoção da Saúde



Clique aqui para acessar o site da Natural Tech

BIO BRAZIL FAIR - FEIRA INTERNACIONAL DE PRODUTOS ORGÂ- NICOS E AGROECOLOGIA

Data: 24 a 27 de maio de 2012

Empresa Promotora: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

Tipo de Evento: Exposição / Feira

Informações com: Francal Feiras

Telefone: (11) 2226-3100 (11) 2226-3100



feiras@francal.com.br



Clique para acessar o site da Bio Brazil Fair

Além dos eventos relacionados ao setor da nutrição natural, o empreendedor que deseja obter um conhecimento mais aprofundado das práticas de sustentabilidade pode participar das diversas feiras voltadas para o meio-ambiente que são realizadas anualmente no Brasil. Segue o calendário do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) para 2012:

FIEMA BRASIL

5ª Feira Internacional de Tecnologia para o Meio Ambiente

24 a 27 de abril de 2012

Feira Setorial / Internacional / Bienal

Linhas de Produtos e/ou Serviços: tecnologia, soluções e serviços focados no meio ambiente e no desenvolvimento sustentável. Com cerca de 350 expositores, será aberto(a) ao público das 10h às 19h.

Promoção: Fundação PROAMB

Local: Parque de Eventos - Bento Gonçalves - RS

Email → eventos@proamb.com.br

Site → [Clique para acessar o site da Fiema](#)

AMBIENTAL EXPO

3ª Feira e Congresso Internacional de Tecnologias Ambientais

22 a 26 de maio de 2012

Feira Setorial / Internacional / Anual

Linhas de Produtos e/ou Serviços: equipamentos, produtos, serviços e soluções para saneamento, resíduos, ar, solo, ruído e energia. Com cerca de 40 expositores, será aberto(a) ao público das 10h às 19h de terça a sexta-feira, e das 9h às 17h no sábado.

Promoção: Reed Exhibitions Alcântara Machado S/A.

Local: Pavilhão de Exposições do Parque Anhembi - São Paulo - SP

Email → info@ambientalexpo.com.br

Site → [Clique para acessar o site da Ambiental Expo](#)

FEIRA DE MEIO AMBIENTE & CNMAPC

9ª Feira e Congresso Nacional de Meio Ambiente de Poços de Caldas

23 a 25 de maio de 2012

Feira Setorial / Nacional / Anual

Linhas de Produtos e/ou Serviços: palestras técnicas, apresentação de trabalhos científicos e feira de produtos e serviços relacionados ao meio ambiente. Com cerca de 40 expositores, será aberto(a) ao público das 8h às 18h30.

Promoção: GSC Eventos Especiais Ltda.

Local: Complexo Cultural da Urca - Poços de Caldas - MG

Email → gsc@gsceventos.com.br

Site → [Clique aqui para acessar o site da feira](#)

ECO BAHIA AMBIENTAL - FEIHUMAN

2ª Feira de Educação Ambiental

2 a 5 de junho de 2012

Feira Setorial / Internacional / Anual

Linhas de Produtos e/ou Serviços: oficinas, tenda cultural, paisagismo, praça de alimentação, instituições de pesquisa, universidades e empresas privadas. Com cerca de 400 expositores, será aberto(a) ao público das 8h às 20h.

Promoção: Feiras Delfim Marketing e Congressos Ltda.

Local: Centro de Exposição - Feira de Santana - BA

Email → delfim@grupodelfim.com.br

Site → [Clique aqui para acessar o site da Eco Bahia](#)

GREEN RIO

Feira e Conferência de Iniciativas da Economia Verde

5 a 6 de junho de 2012

Feira Setorial / Internacional / Anual

Linhas de Produtos e/ou Serviços: agroindústria, artesanatos, agricultura familiar, economia verde e cosméticos representativos da sustentabilidade e biomas brasileiros. Com cerca de 50 expositores, será aberto(a) a empresários das 10h às 19h.

Promoção: Programação Visual 2A2 (Planeta Orgânico)

Local: Centro de Convenções da Bolsa do Rio - Rio de Janeiro - RJ

Email → expositor@planetaorganico.com.br

Site → [Clique aqui para acessar o site da Green Rio](#)

ECOENERGY

2ª Feira Internacional de Tecnologias Limpas e Renováveis para Geração de Energia

13 a 15 de setembro de 2012

Feira Setorial / Internacional / Anual

Linhas de Produtos e/ou Serviços: máquinas e equipamentos, aerogeradores, chuveiros e duchas solares, instrumentos de medição e controle, sistemas de iluminação, sistemas de armazenamento de energia, softwares especializados e equipamentos biodigestores. Com cerca de 80 expositores, será aberto(a) a empresários das 13h às 20h.

Promoção: Cipa FM Publicações e Eventos Ltda.

Local: Centro de Exposições Imigrantes - São Paulo - SP

Email → cipa@cipanet.com.br

Site → [Clique aqui para acessar o site da Cipanet](#)

PLANETA EXPO

2ª Feira de Tecnologias e Ações para a Preservação da Vida

3 a 5 de outubro de 2012

Feira Setorial / Nacional / Bienal

Linhas de Produtos e/ou Serviços: aterros, beneficiamento de lixo urbano, sanitário, tóxico e industrial, biodegradáveis, combustíveis alternativos, consultoria, engenharia sanitária e ambiental, incineradores, publicações, reciclagem e reflorestamento. Com cerca de 60 expositores, será aberto(a) a empresários das 13h às 21h.

Promoção: Cipa FM Publicações e Eventos Ltda.

Local: Centro de Exposições Imigrantes - São Paulo - SP



cipa@cipagnet.com.br



[Clique para acessar o site da Cipagnet](#)

FIMAI

14ª Feira Internacional de Meio Ambiente Industrial e Sustentabilidade

6 a 8 de novembro de 2012

Feira Setorial / Internacional / Anual

Linhas de Produtos e/ou Serviços: consultoria e prestação de serviços socioambientais, equipamentos, tecnologias limpas e soluções ambientais, gerenciamento de resíduos industriais, laboratórios de análises químicas ambientais, mercado de créditos de carbono e reciclagem. Com cerca de 400 expositores, será aberto(a) ao público das 14h às 21h.

Promoção: Ambiente Press Produções SS Ltda.

Local: Expo Center Norte - Pavilhão Azul - São Paulo - SP



rmai2@rmai.com.br



[Clique para acessar o site da Fimai](#)



ENTIDADES EM GERAL



ABIA

Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação



Clique para acessar o site da ABIA

ABRASEL

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes



Clique para acessar o site da ABRASEL

ANVISA

Agência Nacional de Vigilância Sanitária



Clique para acessar o site da ANVISA

ABIMAQ

Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos



Clique para acessar o site da ABIMAQ

IBD

Instituto Biodinâmico



Clique para acessar o site da IBD

ITAL

Instituto de Tecnologia de Alimentos



Clique para acessar o site da ITAL

MINISTÉRIO DA SAÚDE



Clique para acessar o site do Min. da Saúde

SNDC

Sistema Nacional de Defesa do Consumidor



Clique para acessar o site do SNDC

SBAN

Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição



[Clique para acessar o site da SBAN](#)

SBGAN

Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição



[Clique para acessar o site da SGBAN](#)

ABRAPAN - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTOS ARTESANAIS NATURAIS E BEM-ESTAR

Endereço: rua Paulo Leite de Oliveira,Dr, 170, Jd Raposo Tavares - São Paulo, SP - CEP 05551-20

Fone: (11) 3735-4026 (11) 3735-4026



[Clique para acessar o site da ABRAPAN](#)

ABIFISA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DO SETOR FITOTERÁPICO, SUPLEMENTOS E DE PROMOÇÃO DA SAÚDE

Telefone: (41) 3254-3040



abifisa@abifisa.org.br



[Clique para acessar o site da ABIFISA](#)

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

Endereço: Setor de Indústria e Abastecimento (SIA)- Trecho 5, Area Especial 57, Brasília(DF), CEP: 71205-050



[Clique para acessar o site da ANVISA](#)

**ABIAD- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS
DIETÉTICOS E PARA FINS**

Av. Irai, 79 – conj.114-B, Moema, São Paulo- SP, 04082-000

Tel/Fax:11-5535 6725

Email  abiad@uol.com.br

Site  [Clique para acessar o site da ABIAD](#)

NÚCLEO DE PESQUISA DE PRODUTOS NATURAIS DA UFRJ

Centro de Ciências da Saúde

Bloco H - Tel. 55-21-2562-6791

Fax: 55-21-2562-6512

CEP: 21941-902 - Rio de Janeiro - RJ

Email  diretor@nppn.ufrj.br



RESTAURANTE NATURAL

NORMAS TÉCNICAS



Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. NORMAS ESPECÍFICAS PARA UM RESTAURANTE NATURAL:

ABNT NBR 14230:2002 - Alumínio e suas ligas - Embalagens descartáveis para alimentos - Pratos redondos números 4, 6, 7, 8 e 9.

Esta Norma fixa as condições exigíveis das folhas de alumínio e suas ligas para embalagens descartáveis (pratos redondos nº 4, 6, 7, 8 e 9) para alimentos e padroniza estas embalagens.

ABNT NBR 15074:2004 - Alumínio e suas ligas - Bandejas descartáveis para alimentos.

Esta Norma fixa os requisitos exigíveis para bandejas descartáveis para alimentos produzidas com folhas de alumínio e suas ligas.

2. NORMAS APLICÁVEIS NA EXECUÇÃO DE UM RESTAURANTE NATURAL:

ABNT NBR 14518:2000 - Sistemas de ventilação para cozinhas profissionais.

Esta Norma estabelece os princípios gerais para projeto, instalação, operação e manutenção de sistemas de ventilação para cozinhas profissionais, com ênfase na segurança contra incêndio e no controle ambiental.

ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais.

Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas e dos controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar que produzem alimentos em condições higiênicas sanitárias adequadas para o consumo.

ABNT NBR ISO 22000:2006 – Versão Corrigida: 2006 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos.

Esta Norma especifica requisitos para o sistema de gestão da segurança de alimentos, onde uma organização na cadeia produtiva de alimentos precisa demonstrar sua habilidade em controlar os perigos, a fim de garantir que o alimento está seguro no momento do consumo humano.

ABNT NBR 15526:2009 Redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais - Projeto e execução.

Esta Norma estabelece os requisitos mínimos exigíveis para o projeto e a execução de redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais que não excedam a pressão de operação de 150 kPa (1,53 kgf/cm²) e que possam ser abastecidas tanto por canalização de rua (conforme ABNT NBR 12712 e ABNT NBR 14461) como por uma central de gás (conforme ABNT NBR 13523 ou outra norma aplicável), sendo o gás conduzido até os pontos de utilização através de um sistema de tubulações.

ABNT NBR ISO 23953-2:2009 - Expositores refrigerados - Parte 2: Classificação, requisitos e condições de ensaio.

Esta parte da ABNT NBR ISO 23953 estipula os requisitos para a construção, as características e o desempenho de expositores frigoríficos utilizados na venda e exposição de produtos alimentícios. Estipula ainda as condições de ensaio e os métodos para verificar o cumprimento dos requisitos, assim como a classificação dos expositores, a etiquetagem e a lista das características a serem informadas pelo fabricante. Não é aplicável a máquinas frigoríficas de auto-serviço (refrigerated vending machines) ou destinadas ao uso em serviços de bufê ou em aplicações outras que no comércio varejista. Não trata tampouco da decisão quanto à escolha do tipo de produtos alimentícios a serem mantidos nos expositores.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR 5413:1992 Versão Corrigida:1992 - Iluminância de interiores.

Esta Norma estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, onde se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.

ABNT NBR 5419:2005 - Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas.

Esta Norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

ABNT NBR 5626:1998 - Instalação predial de água fria.

Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.



RESTAURANTE NATURAL

DICAS DO NEGÓCIO



Um restaurante natural precisa proporcionar ao cliente uma sensação imediata de higiene, limpeza e saúde. Portanto, é recomendável que o ponto comercial seja claro, bem iluminado, arejado, silencioso e sem odores. Uma decoração com plantas e frutas ajuda na construção de uma atmosfera agradável.

O cardápio deve apresentar uma grande variedade de pratos nutritivos e saborosos, se possível com receitas exclusivas. Deve-se utilizar intensamente alimentos orgânicos, frescos e integrais e ofertar produtos relacionados que possam aumentar o faturamento: sucos, sobremesas, biscoitos orgânicos, etc.

Além da qualidade dos ingredientes utilizados, os pratos precisam conter uma apresentação capaz de “encher os olhos” do consumidor. Pratos decorados, buffets, rechauds e baixelas valorizam o visual dos pratos.

A fórmula de cobrança do serviço prestado pode variar:

- **A la carte:** o prato é preparado exclusivamente para cada cliente.
- **Buffet por pessoa:** o cliente paga um valor fixo para comer à vontade.
- **Buffet por quilo:** o cliente paga o quilo da comida.

Freqüentemente, a fórmula do buffet por quilo é a modalidade mais bem-sucedida para restaurantes naturais, pois oferece preço justo, rapidez no atendimento e variedade de pratos.

Para não descaracterizar o restaurante natural, recomenda-se não incluir churrasco, buffet de massas e carnes vermelhas no cardápio.

Convênios e parcerias de descontos com empresas, clubes e academias auxiliam na formação de uma clientela cativa. A divulgação precisa ser permanente, sempre prezando pela criatividade e qualidade do material produzido.

O sistema de entregas é fundamental para o incremento do negócio. Entregas rápidas em escritórios e domicílios trazem comodidade ao cliente e expandem a área de atuação da empresa.

Por fim, o empreendedor deve atentar que a prestação do serviço inclui desde o primeiro contato com o cliente para receber o pedido até o momento final de pagamento do produto. Em nenhum momento durante o processo o bom atendimento pode ser negligenciado.

Outras pequenas dicas que podem fazer a diferença no seu restaurante natural sustentável:

- Disponibilizar cardápios e guardanapos com papel reciclado;
- Oferecer pratos e copos não descartáveis;
- Realizar coleta seletiva do lixo (mesmo no próprio restaurante com as “latas de lixo coloridas” indicando a separação dos dejetos);
- Minimizar o uso de: papel toalha nos banheiros, de filtro de café na cozinha, de nota fiscal impressa e embalagens para viagem descartáveis;
- Diminuir a necessidade de ar condicionado;
- Utilizar um sistema de recuperação de calor, superfícies refletivas, bom isolamento



CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DO EMPREENDEDOR



No ramo de restaurante natural, o empreendedor precisa estar atento à evolução dos hábitos alimentares das pessoas que valorizam um estilo de vida mais saudável.

Novidades e informações científicas surgem a todo o momento, construindo conceitos e determinando novos padrões nutricionais. O empreendedor deve identificar estes movimentos de mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente o cardápio. Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca constante de informações e oportunidades.
- Persistência.
- Comprometimento.
- Qualidade e eficiência.
- Capacidade de estabelecer metas e calcular riscos.
- Planejamento e monitoramento sistemáticos.
- Independência e autoconfiança.

Além dessas características básicas é muito importante que os profissionais que atuam diretamente com o público, como é o caso do setor comércio, saibam lidar bem com os clientes sendo simpáticos e agradáveis para garantir a sua fidelidade e ganhar sua confiança.

Pesquisando e observando seus concorrentes, conhecendo bem o gosto de seus clientes, o empreendedor conseguirá desenvolver diferenciações em seu restaurante natural para maior atração de clientes.

Não esqueça que o empreendedor deste ramo deve ter bastante conhecimento e informações sobre os alimentos que comercializa no restaurante, tanto quanto a sua composição como quanto as suas propriedades e modo de consumo.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AIUB, George Wilson, et al. Plano de Negócios: Serviços. 2.ed – porto Alegre : SEBRAE, 2000.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. Glossário Temático Alimentação e Nutrição do Ministério da Saúde. 2º Edição. Brasília. 2010. Disponível em http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario_alimenta.pdf. Acesso em 09 jun 2010.

BARBOSA, Mônica de Barros e LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial. São Paulo: Clio Editora, 2004.

DAUD, Miguel e RABELLO, Walter. Marketing de Varejo. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

MARICATO, Percival. Como montar e administrar bares e restaurantes. 6ª edição. São Paulo: Ed Senac, 2005.

SENAC/SP. Bares e Restaurantes: Gestão de Pequenos Negócios. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2006.

SEBRAE/RJ. Primeiro Passo. Planejamento Empresarial: Restaurante Natural. 2009. Disponível no site

 [Clique para acessar o site do Sebrae RJ*](#)

*Acesso em 11 jun 2010.

SBRT - SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS. Banco de Respostas Técnicas. Respostas Técnicas palavra-chave: RESTAURANTE.

Título: Rede sem fio para restaurante

Título: Restaurante - Informações a respeito de equipamentos e acessórios para restaurante em geral.

Título: Normas de edificação de restaurante

Título: Automatização de restaurante

Título: Isolamento térmico para banho-maria de restaurante

Respostas Técnicas disponíveis no site

 [Clique aqui para acessar o site repostas técnica*](#)

*Acesso em 11 jun 2010.

Restaurante Sustentável – Sustentabilidade No Prato.

Disponível no site:

 [Clique aqui para acessar o site atitudes sustentaveis*](#)

*Acesso em 02 de abril de 2012

Selo Restaurante Sustentável certifica estabelecimentos

Disponível no site:

 [Clique aqui para acessar o site planeta sustentável*](#)

**Acesso em 03 de abril de 2012*

Restaurantes sustentáveis

Disponível no site:

 [Clique aqui para acessar o o site sustentavel mundo novo](#)

**Acesso em 03 de abril de 2012*

Mercado de alimentação saudável cresce no Brasil

Disponível no site :

 [Clique aqui para acessar o site as boas novas*](#)

**Acesso em 04 de abril de 2012*

Restaurante sustentável

Disponível no site:

 [Clique aqui para acessar o site faça diferente](#)

**Acesso em 04 de abril de 2012*

Agua de Reúso

Disponível no site:

 [Clique aqui para acessar o site da sabesp](#)

**Acesso em 10 de abril de 2012.*

Selo restaurante sustentável.

Disponível no site:

 [Clique aqui para acessar o site oficina ambiental](#)

**Acesso em 11 de abril de 2012*

Vantagens e desvantagens da energia solar.

Disponível no site:

Site  **Clique aqui para acessar o portal energia**

**Acesso em 11 de abril de 2012.*

Consumo politizado, sustentabilidade e restaurantes.

Disponível no site:

Site  **Clique aqui para acessar o site gestão de restaurantes**

**Acesso em 12 de abril de 2012*

OUTROS SITES CONSULTADOS:

Site  **Clique aqui para acessar o site do Sebrae**

Site  **Clique aqui para acessar o site do MDIC**

Site  **Clique aqui para acessar o site Dinegreen**

Site  **Clique aqui para acessar o pdf no site Dinegreen**

GLOSSÁRIO

A alimentação natural é aquela que utiliza alimentos que estejam o mais próximo possível de seu estado na natureza e que sejam próprios para consumo humano. Em termos gerais, quanto menos acrescentarmos ou retirarmos de um alimento, mais natural ele será. Assim, agrotóxicos, aditivos, conservantes, corantes, hormônios, antibióticos e outros produtos químicos acrescentados aos alimentos tornam esses alimentos cada vez mais artificiais. Por outro lado, alimentos refinados dos quais foram retiradas partes importantes e nutritivas também não se encaixam numa alimentação natural. Para facilitar o entendimento de alguns conceitos relacionamos alguns termos utilizados neste segmento de negócio:

- **Alimento diet:** alimento industrializado em que determinados nutrientes como proteína, carboidrato, gordura, sódio, entre outros, estão ausentes ou em quantidades muito reduzidas, não resultando, necessariamente em um produto com baixas calorias.
- **Alimento funcional:** Alimento funcional (em inglês: functional food) é um alimento natural ou enriquecido com aditivos alimentares como - entre outros - vitaminas, minerais dietéticos, culturas bacterianas, Ômega 3, antocianinas, carboidratos - fibras (como probiótico, prebióticos, etc.) que possam contribuir para a manutenção da saúde e redução do risco de doenças. Cientistas alimentares ainda estão avaliando o Pro e Contra do uso de alimentos funcionais na nutrição humana sob aspectos da qualidade alimentar.

- **Alimento in natura:** alimento ofertado e consumido em seu estado natural, sem sofrer alterações industriais que modifiquem suas propriedades físico-químicas (textura, composição, propriedades organolépticas). As frutas e o leite fresco são exemplos de alimentos in natura. Alimento integral: alimento pouco ou não-processado e que mantém em perfeitas condições o conteúdo de fibras e nutrientes. Não existe legislação que defina esse tipo de alimento. Alimento light: alimento produzido de forma que sua composição reduza em, no mínimo, 25% o valor calórico e/ou os seguintes nutrientes: açúcares, gordura saturada, gorduras totais, colesterol e sódio, comparado como produto tradicional ou similar de marcas diferentes.
- **Alimentação Macrobiótica:** A macrobiótica é um regime alimentar e de vida. A sua designação deriva de macro, grande, e bio, vida. O estilo de vida macrobiótico preconiza a plena vida, implementando o velho aforismo alma sã em corpo sã. O japonês George Ohsawa (1893-1966) é o principal responsável pela divulgação dessa cultura no ocidente.

Considera esta arte/ciência que o alimento principal para os seres humanos são os cereais integrais, comidos crus, cozidos, assados, fritos, germinados, enfim, em inúmeras formas de preparo e apresentação. Para esclarecer melhor a quem está acostumado com a visão científica desses assuntos, um tópico importante a ser destacado é que se dá muita atenção ao equilíbrio sódio-potássio na escolha e no preparo da alimentação. A proporção dos mesmos deve se aproximar, na alimentação, da proporção existente nas células do organismo humano.

Isso não quer dizer que precisaremos de uma tabelinha analítica da ocorrência desses dois elementos nos diversos alimentos. A habilidade em discernir essas características vem com a prática, através da observação e meditação sobre os conceitos de Yin e Yang, principais colunas do pensamento dialético oriental.

- **Alimentação Natural:** Chama-se de alimento natural aquele alimento que pode ser obtido diretamente na natureza, diferentemente do alimento processado ou sintético, que é produzido ou processado pelo homem (vide alimento in natura).
- **Alimento Orgânico:** é o termo frequentemente usado para designar a produção de alimentos e outros produtos vegetais que não faz uso de produtos químicos sintéticos, tais como fertilizantes e pesticidas, nem de organismos geneticamente modificados, e geralmente adere aos princípios de agricultura sustentável. A sua base é holística e põe ênfase no solo. Os seus proponentes acreditam que num solo saudável, mantido sem o uso de fertilizantes e pesticidas feitos pelo homem, os alimentos tenham qualidade superior a de alimentos convencionais.
- **Alimentação Vegetariana:** Vegetarianismo é um regime alimentar que exclui da dieta todos os tipos de carne (boi, peixe, frutos do mar, porco, frango e outras aves, etc), bem como alimentos derivados. É baseado fundamentalmente no consumo de alimentos de origem vegetal, com ou sem o consumo de laticínios e/ou ovos.
- **Alimentação saudável:** padrão alimentar adequado às necessidades biológicas e sociais dos indivíduos e de acordo com as fases do curso da vida. Deve ser acessível (física e financeiramente), saborosa, variada, colorida, harmônica e segura quanto aos aspectos sanitários. Esse conceito considera as práticas alimentares culturalmente referenciadas e valoriza o consumo de alimentos saudáveis regionais (como legumes, verduras e frutas), sempre levando em consideração os aspectos comportamentais e afetivos relacionados às práticas alimentares.

Fontes: -Wikipedia -Ministério da Saúde - Glossário Temático de Alimentação e Nutrição.

EXPEDIENTE

© 2012. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
– Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação no todo ou em parte
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Capacitação Empresarial
SGAS 605 – Conjunto A – 70200-904 – Brasília – DF
Telefone: (61) 3348 7453 – Fax: (61) 3347 4938
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor-Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Rômulo Leite Melo

Wilson Correia de Azevedo Junior

Equipe Técnica

Tiago Batista Bezerra de Alencar

Autor

Dayane Lima Rabelo de Souza

Projeto Gráfico

Grupo Informe Comunicação Integrada