

COMO ABRIR UM BAR

VEJA AS PRINCIPAIS DICAS



abrasel



INTRODUÇÃO

Se você tem intenção ou está no início do processo de abrir um bar, restaurante, padaria, lanchonete ou outro tipo de negócio ligado ao setor de alimentação fora do lar, este e-book é para você.

Ao longo de anos atuando neste setor, percebemos a constante entrada de novos aventureiros no empreendedorismo gastronômico e a quantidade de pessoas com mais dúvidas do que respostas, o que é normal quando se está frente a um novo desafio.

Aprender com quem já passou pelos mesmos desafios ou tem uma bagagem de experiência no mercado, irá te poupar prejuízos e alocação de tempo desnecessária na correção de rotas por problemas que podiam ser previstos.

Nesse e-book, você encontrará uma lista dos itens básicos que precisam ser considerados e que demandam investimento para estruturar o negócio e um guia resumido com os principais pontos de atenção e o passo a passo para construir um empreendimento sólido. E tudo isso, com uma sugestão de sequência para colocar em prática e tirar os planos do papel.

Além disso, iremos te introduzir a uma pauta super importante: o papel dos empreendimentos e das pessoas que estão envolvidas nesse processo para construção de comunidades mais responsáveis socioambientalmente e como suas ações terão impacto em algo maior.

Boa leitura!

Equipe Abrasel¹ e consultores parceiros².

1. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

2. Referenciados na página X.

SUMÁRIO

<u>Reflexão crucial</u>	04
<u>Análise de mercado e definição do modelo de negócio</u>	05
<u>Definição de perfil e objetivos</u>	06
<u>Conhecimento financeiro</u>	06
<u>Plano de negócio</u>	08
<u>Definição de cardápio vendedor</u>	09
<u>Formalização da empresa</u>	11
<u>Análise e definição do local</u>	12
<u>Obrigações legais do empreendimento</u>	13
<u>Adaptação do espaço</u>	15
<u>Estabelecer processos de controle</u>	17
<u>Pesquisa de fornecedores</u>	19
<u>Contratação de mão de obra e qualificação</u>	20
<u>Plano de marketing</u>	23
<u>Instituições parceiras</u>	25
<u>O papel dos bares e restaurantes na comunidade</u>	26
<u>Colaboradores</u>	28

PREFERE APRENDER OUVINDO?

Existem diversos aplicativos que leem o PDF para você. Assim, além de poder facilitar o aprendizado, também pode otimizar o seu tempo. Um desses aplicativos é o PDF Speaker (gratuito para android) e o PDF Voice Reader (pago para Iphone). Clique em um dos botões abaixo para ser redirecionado.

» [Play Store](#)

» [Apple Store](#)

ENTENDENDO O PROCESSO

Para construir um negócio sólido, elencamos X pontos fundamentais para você ter no seu radar ao abrir um bar, restaurante ou outro empreendimento do setor de alimentação fora do lar.

REFLEXÃO CRUCIAL

O passo “zero” antes de partir para qualquer ação para abrir seu negócio é refletir e ter clareza sobre alguns pontos muito importantes.

1. O que você espera desse negócio? Qual é o resultado que você quer atingir?
2. O que te motiva a investir no setor de alimentação?
3. Você gosta de servir?
4. Está preparado para se dedicar e estar presente?

Principalmente a reflexão sobre a terceira pergunta, te ajudará a entender se você está no lugar certo. **Quem investe em um bar ou restaurante precisa gostar de gente.** Precisa ter humildade para servir e ter a satisfação dos clientes como um guia em todos os processos. E gostar de gente não se refere só em relação aos clientes, mas sobre o trato com os funcionários, fornecedores e até mesmo com a vizinhança.



Responder as perguntas acima e entender a própria realidade, como o nível de conhecimento sobre o mercado, o tempo de dedicação e a disposição para começar algo do zero te ajudará em decisões importantes. Dependendo de qual é a sua rotina, suas competências e ambições, você poderá definir se quer investir na própria marca ou em uma franquia, e se começará um empreendimento sozinho ou com um sócio, por exemplo.

Essa reflexão ficará ainda melhor embasada ao final da leitura desse e-book.

ANÁLISE DE MERCADO E DEFINIÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

Ao analisar o mercado, é preciso fazer uma análise territorial do ponto de vista socioeconômico para **entender os hábitos dos moradores e frequentadores de determinada cidade/região**. Saber onde você está inserido. Se é uma cidade turística ou universitária, quais são as condições climáticas, se a população é mais tradicional ou disruptiva, são vários os fatores de ponderação. **É essencial entender as expectativas das pessoas**. O que elas sentem falta? O que enxergam que pode melhorar? O que elas precisam? Se sua resposta estiver menos focada em tentar vender algo que você quer e mais ligada a “com que tipo de produto/serviço eu posso ajudar esse público” você está indo pelo caminho certo.



Só defina seu segmento de atuação, ou seja, se quer abrir uma padaria, uma hamburgueria ou um pub, por exemplo, depois de analisar a concorrência. Você não necessariamente precisa abrir algo inédito na região, mas precisa entender onde o mercado já está saturado, quais são os possíveis pontos de melhoria dos seus concorrentes, quais são os preços praticados e até mesmo sobre os que nem existem mais, para procurar entender o histórico do que já deu errado na região e o porquê.

E lembre-se: não é porque ainda não existe determinado tipo de negócio na região, que ele terá sucesso. Pode ser que não tenha o perfil dos consumidores locais. Por isso, **a definição do público-alvo, está intimamente ligada à definição do modelo de negócio.**

DEFINIÇÃO DE PERFIL E OBJETIVOS

É importante ter em mente como você quer que as pessoas vejam o seu negócio e como você quer que as pessoas se sintam ao terem contato com seu serviço, e para isso, propor seu diferencial estratégico no mercado.

Estar bem alinhado com seus próprios planos, te ajuda a direcionar até mesmo os profissionais que você precisará contratar, como um consultor financeiro ou de marketing.

CONHECIMENTO FINANCEIRO

Os itens a partir daqui, terão mais sucesso se desenvolvidos com um conhecimento financeiro adequado. Por isso, é importante que você estude ou busque apoio de um profissional para construir bases sólidas. Saber quanto você pode investir e fazer a distribuição desse investimento da forma adequada.

Você precisará saber o quanto poderá alocar em investimentos pré-operacionais, quanto precisará de capital de giro, adequação do espaço, entre outros. Um profissional de finanças, também te ajudará a reduzir os custos em todo o processo.

INVESTIMENTO

O montante investido para quem quer abrir um negócio no setor de alimentação fora do lar vai variar consideravelmente sobre a região, porte, segmento e modelo de serviço do empreendimento. Mas, para que você tenha uma noção e considere tudo que precisará investir, segue uma lista dos itens que geram despesa para o seu negócio:

- Reforma, adaptação do imóvel e instalações (elétrica, hidráulica, gás e comunicações).
- Sistema de exaustão e ar condicionado.
- despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas
- Móveis, equipamentos e utensílios de cozinha e salão de atendimento;
- Estoque inicial de produtos
- Capital de giro
- Aluguel, água, luz; IPTU; telefone; internet
- Material de limpeza
- EPIs
- Salários e outros honorários profissionais
- Softwares e alugueis de máquinas de cartão
- Tarifas bancárias
- Publicidade e marketing
- Qualificação da equipe
- Despesas de vendas e insumos consumidos no processo de estoque e comercialização.



Em um levantamento do Sebrae, considerando um restaurante self-service de aproximadamente 200 m² e capacidade para atender em média 150 clientes por dia, em São Paulo, foi estimado um custo aproximado de R\$124.000,00 para ajustar inicialmente o negócio + R\$13.000,00 de custos mensais. Com o reajuste de inflação da época da publicação para 2022 daria algo em torno de R\$205.840 para o negócio + R\$21.580,00 mensal.

PLANO DE NEGÓCIO

Para abrir um negócio com solidez, **é importante registrar todas essas definições estratégicas e revisá-las conforme for avançando** nesse processo, para isso é indicado construir um plano de negócio, contendo informações sobre o seu empreendimento, como:

1. Descrição e diferencial de mercado;
2. Missão, visão e valores;
3. Descrição do perfil dos empreendedores e dos empregados;
4. Quais serão os produtos, serviços e os principais benefícios;
5. Quem são os seus potenciais clientes;
6. Localização – se existir uma sede física;
7. Investimento total;
8. Forma jurídica e o enquadramento tributário.
9. Análise de mercado e concorrência
10. Análise de fornecedores
11. Plano de marketing
12. Plano operacional e plano financeiro

Os nove primeiros itens, fazem parte de um “sumário empresarial” que você vai preenchendo conforme avança nas análises de mercado e definições estratégicas.

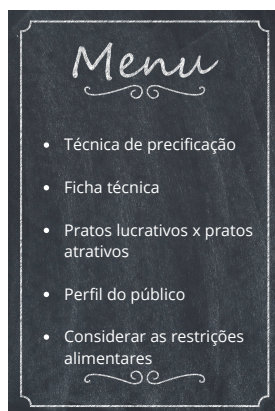
Em um levantamento do Sebrae, considerando um restaurante self-service de aproximadamente 200 m² e capacidade para atender em média 150 clientes por dia, em São Paulo, foi estimado um custo aproximado de R\$124.000,00 para ajustar inicialmente o negócio + R\$13.000,00 de custos mensais. Com o reajuste de inflação da época da publicação para 2022 daria algo em torno de R\$205.840 para o negócio + R\$21.580,00 mensal.

DEFINIÇÃO DE CARDÁPIO VENDEDOR

Só a partir do planejamento do seu cardápio será possível fazer uma série de definições, como as áreas de trabalho que seu bar terá, quais fornecedores buscar, qual será o horário de funcionamento e até mesmo pensar em um plano de divulgação.

Para definir o cardápio, é importante que você entenda sobre ficha técnica e precificação, apenas assim, você conseguirá planejar um cardápio vendedor e lucrativo. A ficha técnica te ajuda a entender, quanto de cada ingrediente você utiliza para montar uma porção do seu prato e qual é o custo de cada fracionamento dos ingredientes, assim fica mais fácil fazer a precificação e calcular desperdícios.

Um fator importante a considerar é que: quanto menor for o seu cardápio, mais fácil será administrar os fornecedores e o estoque, evitando perdas e desperdício e também será mais fácil garantir a agilidade de produção. Além disso, quanto menos itens, maior a chance de garantir a excelência, principalmente para aqueles que vão começar com uma equipe enxuta.



Independente da quantidade de itens que você escolha, **deve-se pensar em ter pratos lucrativos e pratos atrativos**. Os pratos lucrativos são aqueles que têm baixo custo de produção comparado preço que consegue ser vendido. Os pratos atrativos são aqueles queridinhos do cardápio, que são responsáveis pela tomada de decisão do seu cliente para ir ao seu bar. Ex.: um chopp em promoção. Nem sempre você terá lucro com esse chopp, mas a existência dele faz com que os clientes apareçam e consumam outros itens do cardápio.

O preço de um prato do cardápio deve ser baseado nos seus custos + concorrência, por isso, a pesquisa de mercado é tão importante.

Para definir seu cardápio também é importante saber quem é seu público. Por exemplo, se o público de um restaurante é em grande parte famílias, pode ser importante considerar pratos tamanho família ou meias porções. Também é interessante pensar em ofertas harmônicas com a identidade do seu negócio e sua competência para trabalhar com determinado segmento.

Vale também investir opções pensando em quem tem restrições alimentares, como vegetarianos, veganos ou pessoas alérgicas a ingredientes como glúten ou lactose. Tenha sempre opções para essa audiência, pois isso atrai e fideliza clientes que podem ser estratégicos.

BUSQUE IMPRIMIR SEU DNA

Ao escolher o seu cardápio, você pode até ter um bom filé com fritas, mas provavelmente não será ele que fará seu cliente se lembrar de você e te recomendar. Busque ter uma criação ou releitura sua, que seja a cara da casa e da experiência que você quer passar e trabalhe uma boa divulgação em cima dela.

FORMALIZAÇÃO DA EMPRESA

Para seguir a partir daqui, **é importante que sua empresa esteja formalmente aberta e legalizada**. Para isso, procure a prefeitura local e a vigilância sanitária do município para emitir a documentação necessária.

Listamos alguns passos que são importantes nesse processo:

1. Escolha dos CNAE's / atividades que a empresa irá praticar
2. Verificar o tipo de empresa/ natureza jurídica que pretende (LTDA ou INDIVIDUAL)
3. Escolher tributação (SIMPLES NACIONAL/PRESUMIDO/LUCRO REAL)
4. Escolher Razão Social e Nome fantasia (opcional)
5. Definir capital social e percentual para cada sócio se for LTDA
6. Reunir documentos de identidade e endereço dos sócios
7. Conseguir a guia IPTU do local pretendido para abrir a empresa
8. Fazer uma consulta de viabilidade com a junta comercial local para ver se as atividades podem ser exercidas no local pretendido
9. Seguir o procedimento solicitado pela junta comercial local.
11. Pagar as devidas guias de formalização
12. Gerar o contrato social
13. Fazer o registro digital da empresa na junta comercial
14. Preparar assinaturas digitais/sócios e fazer certificado digital e-CPF A1 para cada sócio
15. Gerar licenciamentos com a junta comercial
16. Gerar o CNPJ na RECEITA FEDERAL
17. Emitir a FIC (Ficha de Inscrição Cadastral – Inscrição Municipal) com a prefeitura
18. Gerar pedido de opção ao simples nacional (se for querer esta tributação)

ANÁLISE E DEFINIÇÃO DO LOCAL

Existem alguns fatores que você deve se atentar ao escolher o local além do público, objetivo e modelo de negócio. Entre eles:

- Pesquisar de forma prévia se o CNAE da atividade escolhida é aceito naquele zoneamento urbano
- como é a rede elétrica, hidráulica, esgoto, gás e tamanho da caixa d'água;
- analisar quem são seus vizinhos;
- Atentar para as regras de uso da calçada (logradouro público)
- se te permite investir em soluções sustentáveis;
- Averiguar os limites permitidos para emissão de ruído (Som)
- vias de acesso ao local;
- e quais são as condições geográficas e climáticas da região.



Se atentar para as permissões do local é muito importante, e muitas vezes, o dono do terreno ou imóvel não vai saber te informar, por isso é indicado consultar direto a prefeitura do seu município. **Você vai precisar de documentos de autorização como o ALF (alvará de localização e funcionamento), alvará sanitário e o AVCB (auto de vistoria do corpo de bombeiros).** Lembrando que essa regulamentação varia de cada região, por isso, consulte os órgãos locais para saber como proceder

Quando mencionamos os vizinhos, uma pergunta simples pode esclarecer qual é o ponto: Você acha interessante colocar o seu restaurante do lado de um pet shop? Bem provável que não, tendo em vista que isso pode te causar dor de cabeça com pontos da vigilância sanitária.



Outro ponto, é a observação dos pontos de distribuição de gás. Ter a opção do gás encanado é um ponto a favor, visto que o uso de equipamentos a gás, a longo prazo, pode ser economicamente interessante para o seu negócio. Equipamentos a gás costumam ser mais caros, mas também são mais econômicos, e se pagam ao longo do tempo.

Já quando falamos das condições climáticas, um bom exemplo é sobre o risco de inundação. Invista em áreas seguras e pense a longo prazo.

OBRIGAÇÕES LEGAIS DO EMPREENDIMENTO

Além da documentação, existem outras obrigações para quem está abrindo um bar/restaurante e é importante com um consultor especializado na área para se informar melhor, porque algumas regras variam de região para região.

Uma delas refere-se às placas que você deve ter no seu estabelecimento. Existem placas que são obrigatórias estarem expostas em pontos de visibilidade para seus clientes, como os locais que são “proibidos fumar”, “proibido álcool para menores”, “temos alvará”, entre outros.

Na Rede Abrasel, plataforma profissional para quem trabalha e empreende no setor, você encontra as **placas obrigatórias nacionalmente e outras placas desejáveis prontas para uso gratuito.**



[Faça download aqui](#)



Além disso, **você também deve se atentar às obrigações ligadas à segurança dos alimentos**, ou seja, à garantia da qualidade dos alimentos que são comercializados, desde as etapas de manipulação e preparo até o consumo.

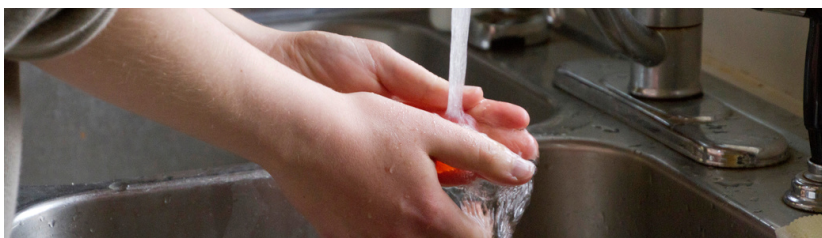
Documentos obrigatórios para apresentação junto a Vigilância Sanitária:

1- **Manual de Boas Práticas:** documento que descreve as operações realizadas pelo estabelecimento, incluindo, no mínimo, os requisitos higiênico-sanitários dos edifícios, a manutenção e higienização das instalações, dos equipamentos e dos utensílios, o controle da água de abastecimento, o controle integrado de vetores e pragas urbanas, a capacitação profissional, o controle da higiene e saúde dos manipuladores, o manejo de resíduos e o controle e garantia de qualidade do alimento preparado.

2- **POP's Procedimentos Operacionais Padronizados:** procedimento escrito de forma objetiva que estabelece instruções seqüenciais para a realização de operações rotineiras e específicas na manipulação de alimentos.

- a) Higienização de instalações, equipamentos e móveis;
- b) Controle integrado de vetores e pragas urbanas;
- c) Higienização do reservatório;
- d) Higiene e saúde dos manipuladores.

A legislação que deve ser seguida referente à segurança dos alimentos é a : RESOLUÇÃO - RDC N° 216, DE 15 DE SETEMBRO DE 2004, que dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.



ADAPTAÇÃO DO ESPAÇO

Planeje as adaptações que você precisará fazer no seu espaço, tanto do ponto de vista da legislação e vigilância sanitária, quanto estrategicamente pensando na publicidade desse empreendimento. Cheque as normas da Anvisa, RDCs, órgãos estaduais e municipais.

Um dos pontos mais importantes para se atentar é referente à **área de produção** e às exigências da legislação sanitária, por exemplo, o indicado é ter pias diferentes para utensílios de cozinha e salão. Refletir sobre o **fluxo de pessoas** e processos, de acordo com o seu cardápio, também pode te indicar ajustes significativos que vão melhorar a produtividade da operação e evitar contaminação cruzada ou acidentes.



Quando for prever **espaço para o estoque**, considere que você precisa de um espaço para os refrigerados, congelados, secos, embalagens e produtos químicos, que sejam separados.



Não se esqueça que o ponto final de um processo não é o pagamento, existem outras ações como o descarte correto do lixo. Pense sobre isso. **Onde você vai armazenar o lixo produzido até o dia da coleta?** Existem algumas regiões que a prefeitura passa de 1 a 3x na semana apenas, e isso gera um acúmulo enorme de resíduos em estabelecimentos de alimentação.

Pense também, quais adaptações você pode fazer do ponto de vista da **redução de custos a longo prazo e sustentabilidade**. Por exemplo, as aberturas para iluminação natural e ventilação. E não podemos deixar de falar da **acessibilidade**. Pensar nos cadeirantes, deficientes visuais e outros.

É MAIS FÁCIL (E BARATO) TER UM PENSAMENTO CONSCIENTE DESDE O INÍCIO DO QUE CORRIGIR A ROTA DEPOIS.

Do ponto de vista do marketing, tente **incluir elementos que representem o seu negócio e a sua identidade**. É interessante pensar sempre em **espaços instagramáveis**, que instigam seu cliente a tirar uma foto por ali. E olha, tem formas muito baratas de fazer isso. Vale a pena pesquisar e soltar a criatividade!



ESTABELECEER PROCESSOS DE CONTROLE

Existem alguns processos de controle que precisam ser bem claros, para você ou para um funcionário responsável realizar, para evitar desperdício e garantir um serviço/produto de qualidade. Veja alguns deles:

- Conferência das entregas: Sempre se atente neste momento, não é só a quantidade solicitada que deve ser conferida. **É essencial olhar os prazos de validade, condição das embalagens, o estado térmico que o produto chegou** (o correto é que o produto chegue na mesma condição térmica na qual deve ser armazenado, ou seja, se precisa ficar congelado, já deve chegar congelado).
- Conferência de armazenamento: Entenda qual a **temperatura correta para armazenar** seus itens e estabeleça processo de controle diário para aferir a temperatura e também checar as validades dos alimentos.
- Controle de processos: Tenha **controle sobre suas perdas** ao preparar os alimentos. Quando você preparar uma carne, por exemplo, qual a porcentagem perdida na limpeza? Tenha isso claro para você e seus funcionários e meça periodicamente esse fator, incluindo o fator de cocção, é um indicador culinário que determina o rendimento de uma preparação. **Garanta o porcionamento dos alimentos para preparar cada prato e mantenha sua ficha técnica atualizada**, de preferência com foto dos pratos e porções.
- Controle financeiro e de resultados: Procure saber mais, medir e controlar indicadores como: **CMV (custo por mercadoria vendida), o fluxo de vendas, o faturamento/lucro por mês e claro, estabeleça metas.**

FERRAMENTA ÚTIL: PLANILHA DE DRE

No que tange a gestão de bares e restaurantes uma das ferramentas mais citadas é a DRE – Demonstrativo de Resultados do Exercício, esta, apesar de ser a mais comum, quase não é aplicada no cotidiano dos botecos! O desconhecimento dessas ferramentas faz com que os gestores tomem decisões baseadas apenas nas experiências empíricas, sem análises e planejamento.

A DRE tende a apresentar uma visão holística do seu negócio uma vez que esta confronta dos dados das receitas e despesas do seu negócio mostrando o resultado do seu desempenho e detalhando a sua situação operacional.

Pasmem! 90% das empresas que quebram no nosso ramo afirmam desconhecer o motivo pelo qual chegaram nessa situação. Estas nunca tiveram um direcionamento pautado em indicadores e ferramentas

Acesse aqui um modelo de planilha de DRE pronto para uso.

[» Acesse a planilha](#)



PESQUISA DE FORNECEDORES

É a primeira vez que procura fornecedores na área de alimentação? Buscar indicações é a primeira dica. **Fornecedores confiáveis e com boa procedência no mercado dão menos dor de cabeça.** Mesmo assim, existem algumas ações extras, que são importante antes de fechar negócio:



- Compare preços, nunca compre do primeiro que conversar;
- selecione mais de um fornecedor para fechar negócio e compre com porcentagens diferentes em cada um e, de preferência, mantendo outros na sua base de contatos. Assim, você não fica na mão caso dê problema com algum e pode negociar preços, pois os fornecedores com os quais você compra menos quantidade, tendem a oferecer condições melhores para ganhar mais espaço de mercado;
- Se é um fornecedor de produto de origem animal, é obrigatório que tenha o selo da inspeção federal (SIF), estadual (SIE), municipal (SIM) ou o selo artesanal.
- Peça a documentação que comprove que o negócio é legalizado e marque uma visita técnica. A visita ajuda até mesmo nas negociações, já que você vai conseguir analisar no local, se eles tem alguma ineficiência ou prática que os coloque abaixo dos demais fornecedores do mercado.

Dica extra: Sempre que possível, busque conhecer e valorizar pequenos produtores locais.

CONTRATAÇÃO DE MÃO DE OBRA E QUALIFICAÇÃO

Uma das principais reclamações de quem já está atuando no mercado de bares e restaurantes é a escassez de mão de obra qualificada e a alta rotatividade dos funcionários. Então, quando for contratar, é importante que você tenha em mente alguns pontos de atenção para evitar problemas futuros e fazer escolhas assertivas.

Ao realizar a entrevista de emprego, **procure saber e considere a real necessidade de trabalho daquele candidato, entenda quais são os sonhos dele e objetivos futuros para que você não seja pego de surpresa, e possa inclusive, pensar em um plano de crescimento para aquele colaborador, caso venha a ser contratado.**

LISTA COM PERGUNTAS IMPORTANTES PARA VOCÊ USAR DURANTE A ENTREVISTA

- Por que você gostaria de trabalhar aqui?
- Por que saiu do último emprego?
- Cite 3 defeitos e 3 qualidades suas.
- Por que devemos contratar você, e não outra pessoa para este trabalho?
- Quais são seus sonhos e objetivos de vida a curto, médio e longo prazo?
- Qual é a sua experiência com atendimento ao cliente?
- Qual foi o trabalho mais estressante que você fez até agora?
- Quais são os benefícios de trabalhar em equipe na sua opinião?
- Como é seu estilo de vida e hobbies?
- Como você agiria se tivesse um cliente bêbado que o ofendeu?

- Uma cerveja em garrafa cai e se quebra no chão - o que você faria em seguida?
- Você recebeu um pedido complicado de bebidas e acabou esquecendo - qual seria o seu próximo passo?
- Qual a sua disponibilidade de horários?
- Qual sua pretensão salarial?

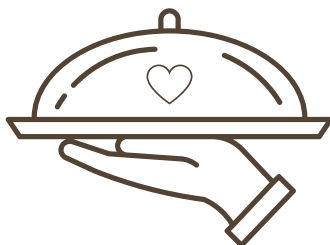
Um detalhe importante também é que **o estilo de vida da sua equipe precisa ser condizente com a sua proposta**. Talvez não seja legal você ter garçons que esbanjam espontaneidade se a sua casa vem de uma linhagem de trabalho tradicional e formal. Ou ter garçons sérios e tímidos se seu negócio tem uma pegada descontraída e animada.

Lembre-se: **a gastronomia é feita de pessoas para pessoas!** Essa frase precisa ser repetida e assimilada. O maior ativo do seu restaurante é sua equipe!

GARÇOM EMPREENDEDOR E GARÇOM VENDEDOR

Se um candidato para a vaga de garçom, sonha em empreender e ter o próprio negócio, temos uma grande oportunidade pela frente: de fazer a diferença para essa pessoa e como retribuição, ter um funcionário dedicado e interessado em gerar bons resultados.

Um garçom com essa ambição, tem no restaurante uma oportunidade de aprender sobre todos os processos e até de progredir para uma posição gerencial antes de investir no próprio negócio, por isso, se dedica ao processo.



O garçom também pode ser estimulado por **programas de metas e incentivos conforme resultado**, formando assim os garçons vendedores. **Para formar um garçom vendedor, além de analisar aspectos de personalidade durante a contratação como desenvoltura, paciência, boa memória, proatividade, boa comunicação, carisma e honestidade, por exemplo, você também precisa investir em treinamento**, principalmente o que vai preparar seus funcionários para apresentarem bem a casa, o seu cardápio e sugerir as harmonizações. Nenhum vendedor exerce bem sua função se não conhece bem o produto.



Toda função é fundamental e deve ser valorizada. Por isso, é importante criar estratégias que façam com que seus colaboradores se sintam assim.

Estabeleça um manual do colaborador, em que você deixa claro informações como as regras e normas da casa, incluindo horários, uso de celular, uniforme, o que pode e não pode, folgas, etc; as normas de conduta e boas práticas, que informe como os funcionários devem proceder durante o atendimento ao cliente, fornecedores e com os próprios colegas de trabalho e que dê as informações básicas sobre o cardápio da casa.

A falta de treinamento de equipe é com certeza uma das maiores deficiências do segmento. É essencial que sua equipe seja treinada constantemente. **O ideal é no mínimo cinco treinamentos por ano, entre salão e cozinha.**

Lembrando que treinamento não é custo, é investimento. As pessoas continuarão a ser fator preponderante de sucesso e de insucesso, portanto, a sua máquina mental precisa estar munida de conteúdo e razões para seguir o seu propósito.

CONHEÇA OS CURSOS GRATUITOS DA CONEXÃO ABRASEL

» Clique aqui e acesse

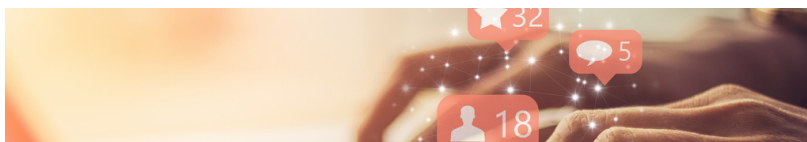


Atente-se a todas as obrigações legais da contratação. Faça os exames admissionais, o PCMSO - programa de controle médico e saúde ocupacional e o PGE programa de gerenciamento de riscos para estabelecer EPs, equipamento de proteção individual.

PLANO DE MARKETING

Marketing não é propaganda, marketing não é comunicação, marketing não é processo fim e sim processo meio. **Para se falar de marketing, você precisa entender de pessoas.**

A gestão de marketing estabelece estratégias de segmentação, de posicionamento e diferenciação no mercado. É o marketing que irá disseminar o motivo da sua existência no mercado. **O marketing precisa estar cada vez mais voltado para o relacionamento com o público, seja através da criação de engajamento, para o reconhecimento e valorização da marca ou na fidelização e recompra do cliente.**

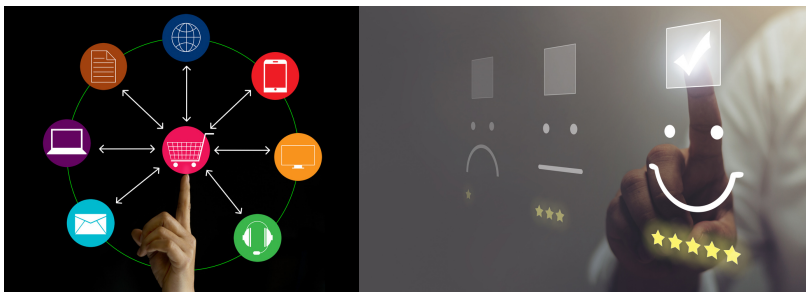


Sempre que possível, busque ter um plano de marketing para desenvolvimento do negócio antes mesmo de abrir a casa, afinal, o momento de lançamento é uma grande oportunidade para trabalhar com estratégias de publicidade.

Além disso, um bom profissional de comunicação e marketing consegue avaliar correções de rota na sua casa, antes de colocar a boca no trombone e vai preparar o território para que seu bar esteja bem posicionado nos canais necessários.

Pense também que **em qualquer modelo de compra, é imprescindível que o produto venha acompanhado de atenção e encantamento.** Esse carinho fará com que o cliente crie uma ligação com seu negócio. A troca da louça, um recadinho personalizado durante a entrega, um docinho no final do atendimento, uma forma de recepção diferenciada ou um “mimo” para desculpar-se de alguma falha, são ações que precisam ser pensadas com carinho e que podem fazer toda a diferença.

Além disso, mediante a guerra de ofertas no cenário digital, você precisa também de diferenciais para se destacar: **um bom conteúdo, um bom copy, uma excelente forma de atender e ser útil e principalmente, estar posicionado nos lugares certos vão te ajudar a chegar mais longe.**



Lembre-se: se você foca sua comunicação e atitudes na linha de ajudar o seu cliente e não de simplesmente vender um produto ou serviço, você está indo pelo caminho certo.

Boa prática: GAMIFICAÇÃO

Gamificação é o uso de técnicas comuns aos games em situações fora dos jogos. Uma característica que aparece em jogos e é adaptada para outro contexto, geralmente para motivar ou tornar uma tarefa mais prazerosa. Essa interatividade constante não deixa com que você caia no esquecimento, cria recorrência, engajamento e torna o processo de venda mais leve e atrativo. Você pode fazer esse processo através de desafios, sorteios, programas de fidelização, brincadeiras, etc.

O que não pode acontecer é deixar de interagir, ou fazer com que o relacionamento seja frio e distante.

INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

Existem várias instituições como associações, confederações, órgãos públicos e sindicatos que trabalham para promover ações para desenvolver o setor de alimentação fora do lar, e o melhor: gratuitamente. **Fique de olho no trabalho delas, você pode aproveitar muita coisa bacana e ter orientação especializada para o seu desenvolvimento.** Veja algumas indicações:

Abrasel - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas

Alshop - Associação Brasileira de Lojistas de Shopping



- Todas essas instituições são de abrangência nacional e também possuem núcleos de atendimento regionais, em cada estado.

O PAPEL DOS BARES, RESTAURANTES E OUTROS ESTABELECIMENTOS DO SETOR NA COMUNIDADE

Você já reparou que os negócios do setor de alimentação são os pontos de comércio mais comuns com as portas abertas para as ruas das cidades? Ao todo, são mais de 1 milhão de negócios, representando 2,7% do PIB nacional. Além disso, bares, restaurantes e demais negócios do setor são pontos de encontro democráticos. Os bares e restaurantes propiciam as interações cara a cara ('face to face') entre pessoas de diferentes profissões, origens socioeconômicas, preferências políticas ou partidárias. Os encontros espontâneos funcionam como contrapeso aos grupos formados nas redes sociais, onde na maioria das vezes, circulam pessoas com as mesmas opiniões.

Além de estarem em grande quantidade espalhados pelas cidades, são também o tipo de comércio que fica aberto até mais tarde, **ajudando a construir cidades mais seguras**. Afinal, você se sente mais seguro transitando em uma rua deserta ou com pontos de luz e movimentação?





Outra questão é que, empreendimentos do setor de alimentação fora do lar são um dos mais receptivos ao primeiro emprego e de forma democrática. Jovens, mesmo com reduzida escolaridade, têm nos bares, cafés, bistrôs, restaurantes e em todo setor da alimentação fora do lar o

primeiro degrau de sua ascensão econômica e social, principalmente após a legalização do trabalho intermitente no Brasil, que permitiu a conciliação do trabalho com os estudos.

Nos bares e restaurantes os jovens absorvem amplo leque de conhecimentos e atitudes, desde a boa apresentação, a cortesia, o trabalho em equipe, o senso de hierarquia, o crescente uso dos meios eletrônicos digitais, e noções básicas de gerenciamento de cada etapa do negócio.

E a cada novo bar que se abre, assim como novas farmácias e supermercados, mais contribuímos para uma cidade mais sustentável, pois estamos ajudando a riscar do mapa bairros exclusivamente residenciais e aproximando as moradias ao trabalho e locais de lazer. Quanto mais os planos diretores são orientados para o conceito da mescla urbana, mais temos ruas vivas e opções de deslocamento com baixa emissão de carbono, favorecendo o andar a pé e de bicicleta.

Esses pensamentos são o jeito Abrasel de ser. E se para você isso faz sentido, te convido a conhecer o nosso manifesto “A partir das ruas, simplifica Brasil”, porque agora você terá uma nova responsabilidade social com a comunidade que está inserido.

Sucesso na sua jornada! E nunca se esqueça: Juntos somos mais fortes. #JuntosSomosAbrasel

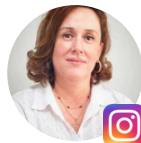
ESCRITO POR:

Paula Antonacci - Jornalista e analista de marketing da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes



COM CONTRIBUIÇÕES DE:

Adriana Lara - Fundadora da Seatech Consultoria Especialista em gestão de qualidade e segurança dos alimentos e especialista da Rede Abrasel



Felipe Leroy - Diretor da Cozinha Vitrine; Formado em Contabilidade, Cozinheiro profissional formado pelo Senac MG, pós graduado em Dirección de Hoteles y Restaurantes pela Universidade Politécnica de Valência Espanha e ESG pela TREVISAN e Exame Academy e especialista da Rede Abrasel;



Pedro Henrique - Proprietário do Slood Experience, Carne e Sal BH, O Clandestinu BH e Anexo do Mar; marketólogo; gestor executivo especialista em marketing e gestão, especializado em análises e reestruturação de processos.



Valério Fabris - Proprietário da editora Margem 3, ex- presidente da rádio Inconfidência, jornalista com vasta experiência no mercado tendo atuado em grandes veículos como a Veja, Gazeta e Tributa, atualmente jornalista da revista Bares & Restaurantes,



Clique nos ícones ao lado de cada colaborador para acessar seu canal.





Rede **ab**rasel

**CRIE SEU PERFIL NA
REDE ABRASEL E ACESSE OUTROS
CONTEÚDOS GRATUITOS PARA
GESTÃO DE BARES E RESTAURANTES**

>> QUERO CONHECER